

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

**Diseño y propuesta de preproducción para la radio en línea, Radio E, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala**

Mariana Ximena Barrios Girón

Guatemala, octubre 2022

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

**Diseño y propuesta de preproducción para la radio en línea, Radio E, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala**

Mariana Ximena Barrios Girón

Previo a optar el Título de:  
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesor:  
PhD. José María Torres Carrera

Guatemala, octubre 2022

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

Licenciando César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representante Docente

M.A. Silvia Regina Miranda López

PhD Marco Julio Ochoa España

Representantes Estudiantiles

José Guillermo Herrera López

Gerardo Iván Porres Bonilla.

Representante Egresados

M Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Tribunal Examinador

Dr. José María Torres Carrera

Rosa Idalia Aldana Salguero

José Gregoria Chávez Dávila

Guatemala, 18 de octubre de 2022  
Orden de impresión  
Ref. CG-Akmg- No. 0048-2022

Licenciada  
Mariana Ximena Barrios Girón  
Carné: 3017 63607 0101  
Registro académico: 201503157  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad de Guatemala

Estimada Licenciada

Nos complace informarle que, con base a la autorización de Trabajo de Grado por asesor, con el título *Diseño y propuesta de preproducción para la radio en línea, Radio E, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Se emite la orden de impresión.*

Apreciaremos que sean entregados en un plazo no mayor de 30 días calendario

- a) Un (1) ejemplar impreso y un CD conteniendo el archivo digital del Trabajo de Grado para la Biblioteca Central.
- b) Dos (2) ejemplares impresos para la Biblioteca Flavio Herrera y dos (2) CD conteniendo el archivo digital del Trabajo de Grado

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,

*"Íd y enseñad a todos"*



PhD. Aracelly Krisanda Mérida González  
Coordinadora Comisión de Grado



Vo.bo. Lic. César Augusto Paiz Fernández  
Director ECC

Para efectos legales la autora  
es la única responsable del contenido de este trabajo.

## **DEDICATORIA**

Le dedico el resultado de este trabajo principalmente a Dios, porque Él ha sido mi más fiel acompañante en este proceso. Quien me ha escuchado y apoyado incondicionalmente. Gracias Dios por guiarme y darme la fuerza que necesitaba para culminar esta etapa importante de mi vida.

A mis padres, Adolfo Barrios y Aracely Girón, por todo lo que han luchado para ver a sus hijas crecer personal y profesionalmente. Gracias por guiarme con su ejemplo, amor y sabiduría. Esto es para ustedes con mucho amor.

A mis hermanas, Ana Lucía y Ligia María, por ser mi mayor ejemplo de constancia y perseverancia. Gracias por siempre brindarme su apoyo cuando lo necesito y guiarme para seguir por el buen camino. Siempre serán mis incondicionales.

A mi novio, Arq. Edward Alvizures, por su paciencia y comprensión. Por ser un gran ejemplo de lucha para mí e inspirarme a cumplir mis metas. Realmente, has sido mi equilibrio en este proceso y siempre estaré agradecida por eso. Te amo.

A mi asesor, PhD. José María Torres, por todo el apoyo brindado en la elaboración de este trabajo. Eternamente agradecida por su paciencia, por compartir y aportar todos sus conocimientos conmigo. Gracias por alentarme e inspirarme a ser una mujer profesional.

Y a todas aquellas personas que de alguna manera aportaron su granito de arena para que yo lograra culminar esta etapa, de todo corazón, muchas gracias.

<b>Título</b>	Diseño y propuesta para la reproducción de la radio en línea, Radio E, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
<b>Autora</b>	Mariana Ximena Barrios Girón
<b>Universidad</b>	Universidad de San Carlos de Guatemala
<b>Unidad Académica</b>	Escuela de Ciencias de la Comunicación
<b>Planteamiento del problema</b>	¿Cuál es la razón por la cual Radio E, carece de un formato de reproducción para los estudiantes?
<b>Instrumentos</b>	Cuestionario, análisis de contenido de programación de la radio, tabla de análisis y entrevistas.
<b>Procedimiento para la obtención de datos</b>	Para llevar a cabo esta investigación, se realizaron entrevistas a coordinadores del Ejercicio Profesional Supervisado de la carrera de Locución y se realizaron encuestas a sus estudiantes de los años 2017 al 2021. Posteriormente se aplicó la técnica de análisis de contenido de la programación de Radio E.
<b>Resultados y conclusiones</b>	El trabajo de campo se llevó a cabo con los estudiantes del Ejercicio Profesional Supervisado de los años 2017 al 2021 de la ECC, de la carrera técnica de Locución

Profesional. Los resultados indican que para los estudiantes es importante contar con cursos de preproducción radial que los preparen de mejor en esta rama y poder trabajar mejor en sus programas.

Después de analizar los resultados del trabajo de campo, se concluyó: el interés por realizar una eficiente preproducción radial es total de parte de los estudiantes. Un porcentaje de los encuestados indicaron que, debido a la falta de tiempo por el trabajo, no le dedicaban mayor interés a la innovación de sus programas. Sin embargo, consideran importante este aspecto se cumpla para mejorar la calidad de su trabajo y de la radio.

Un diseño de preproducción para radio E es esencial para el desarrollo profesional de los futuros locutores egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC, y puedan poner a prueba todos sus conocimientos y conozcan a fondo como debe ser el trabajo de un locutor.

## **Introducción**

Los estudiantes de la carrera técnica de Locución Profesional tienen la oportunidad de realizar el EPS, para culminar dicha carrera. Es importante que después de 3 años de preparación, conozcan más de cerca la experiencia de su profesión y se preparen lo suficiente en las distintas etapas de la producción radial.

La Escuela de Ciencias de la Comunicación cuenta con el recurso de contar con una radio en línea, Radio E, la cual es una gran ventaja y oportunidad para que los estudiantes que realizan EPS puedan prepararse. Radio E, es un medio de comunicación virtual por internet para evaluar las habilidades de los futuros locutores.

Se diseñó una propuesta de preproducción para que los futuros alumnos que decidan culminar su carrera a través del EPS cuenten con un modelo para realizar de manera más profesional sus programas y poner a prueba todos los retos que conlleva ser locutor. Con el objetivo que cada estudiante aprenda las bases de la preproducción radial y las aplique en cada una de sus transmisiones dentro o fuera de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Contar con una radio en línea dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación es una oportunidad para dar a conocer el trabajo que realizan los futuros locutores de Guatemala y por esa razón es importante brindar a los estudiantes todas las herramientas necesarias para realizar una locución de calidad y preparar un programa profesional que sea de interés para todos los estudiantes dentro y fuera de la unidad académica.

En esta investigación se presentan las bases para lograr una correcta preproducción radial desde la historia de la radio en línea, ventajas y desventajas de contar con una radio en línea hasta conocer las claves que se necesitan para manejar una radio en línea. Mediante el compromiso y la responsabilidad de formar a comunicadores, la Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC, debe orientar al estudiante a su formación participativa y propositiva en el ámbito de la comunicación.

Radio E demanda competitividad, creatividad y profesionalismo para culminar satisfactoriamente con los estudios de la carrera técnica de Locución Profesional. Además, es un medio de comunicación por internet para dar a conocer el trabajo de los estudiantes y expandirse al resto de la población de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

## Índice

Introducción.....	1
CAPÍTULO I .....	2
I. Marco Conceptual.....	2
1.1 Título del Tema .....	2
1.2 Antecedentes .....	2
1.3 Justificación.....	6
1.4 Planteamiento del Problema .....	7
CAPÍTULO II .....	9
II. Marco Teórico .....	9
2.1 Historia de la radio en línea .....	9
2.1.1 La radio online como instrumento de estrategia comunicativa .....	10
2.1.2 Funcionalidad de la radio por internet .....	11
2.1.3 Características de la radio por internet .....	12
2.1.4 Ventajas y desventajas de una radio por internet.....	14
▪ Ventajas .....	14
▪ Desventajas:.....	15
2.2 Preproducción.....	16
2.2.1 Claves para una radio en línea .....	19
Clave 1: apela a la arquitectura de la información, accesibilidad y usabilidad.....	19
Clave 2: específica en sus contenidos .....	20
Clave 3: calidad .....	20
Clave 4: participativa e interactiva.....	20
Clave 5: creativa e innovadora.....	21
Clave 6: integradora .....	21
Clave 7: evoluciona .....	22
Clave 8: respetuosa .....	22
Clave 9: es cercana.....	22
Clave 10: más cobertura .....	22
2.2.2 ¿Cómo aumentar audiencia para una radio en línea?.....	23
▪ Definir audiencia .....	23
▪ Calidad de la música y de la transmisión .....	23
▪ Marketing digital.....	24

▪ Buena programación.....	24
▪ Posicionamiento en la web .....	24
▪ Generar interacción .....	24
▪ Constancia y persistencia.....	24
▪ Beneficios de fidelizar los oyentes a la radio .....	25
2.2.3 Publicidad en la radio en línea .....	25
2.2.4 ¿Cómo ganar dinero para una radio en línea? .....	26
CAPÍTULO III .....	29
III. Marco Metodológico.....	29
3.1 Objetivos .....	29
3.1.1 Objetivo General .....	29
3.1.2 Objetivos Específicos.....	29
3.2 Método.....	29
3.3 Tipo de investigación .....	30
3.4 Técnicas.....	30
3.5 Instrumentos.....	30
3.6 Población.....	31
3.7 Procedimiento metodológico .....	31
CAPÍTULO IV .....	32
IV. Análisis y descripción de resultados .....	32
Conclusiones .....	60
Recomendaciones.....	61
Fuentes de consulta .....	62
ANEXOS .....	63



# CAPÍTULO I

## I. Marco Conceptual

### 1.1 Título del Tema

**Diseño y propuesta para la reproducción de la radio en línea, Radio E, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.**

### 1.2 Antecedentes

En la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala y en otras universidades nacionales e internacionales, se encontraron tesis que hablan sobre radios en línea, así como también se encontraron datos que aportaron fuentes importantes de la ECC, los cuales aportan valiosa información y datos interesantes al investigador.

El ex director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Sergio Morataya (2016) escribió:

Este año tendremos dos radios en línea, eso es histórico porque nuevamente contamos con dos canales de comunicación para que los estudiantes de todas nuestras carreras practiquen.

¿Cómo surge Radio E? Como parte de los cambios que se dan en la Escuela se decidió que este año los estudiantes de EPS de Locución hicieran sus prácticas en la ECC, que consistiría en instalar una radio en línea.

Para ello se presentó el proyecto a los estudiantes de los dos primeros exámenes técnicos del año 2016, pusieron manos a la obra y compraron el equipo para poder hacer una rotación dentro del Estudio Miguel Ángel Asturias. Luego las estudiantes de EPS habilitaron las cabinas, hacer la programación y echarla andar bajo la dirección del maestro José María Torres Carrera.

Es decir, cuando se quiere la unión hace la fuerza y Radio E es un ejemplo de esfuerzo colectivo y de amor a la ECC, notable el entusiasmo de las estudiantes que con ilusión y mucho trabajo le dieron nueva vida al local de lo que hoy es la primera radio en línea de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, el apoyo de Raúl Urbina y de Guillermo Batres, licenciados egresados de la Escuela, dieron sus aportes de una forma desinteresada e incondicional, permitieron que el proyecto se concretara en el tiempo planeado.

Radio E es la primera radio académica y cultural y combina entretenimiento y temas de interés para la gente joven que estudia en la USAC en especial para nosotros los comunicadores.

¿Cómo vamos a generar los contenidos? Poco a poco, estudiantes y docentes irán ocupando los espacios de 2 a 7 de la tarde, horario en que los medios estarán en directo “al aire” y el resto del tiempo serán programadas para que nos acompañen las 24 horas del día.

Radio E tendrá música para jóvenes y bloques para gente que quiere escuchar géneros musicales que no tienen espacio en los medios comerciales. Estoy seguro que nuestra capacidad de autogestión nos puede llevar a la conexión con las nuevas formas de comunicación.

Recuperado de: <https://www.facebook.com>

Los alumnos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación que formaron parte del grupo de Epesistas que crearon Radio E, Desiree Chuy y Raúl Urbina, a través de una entrevista aportaron que la radio se creó con el propósito de que la ECC contará con su propio medio de comunicación para que los estudiantes pudieran aprovechar un mejor desarrollo de su aprendizaje.

La radio buscó desde sus inicios como público objetivo a personas de 18 a 40 años y su primera transmisión se realizó el 5 de septiembre de 2016 a cargo de Jackeline Estrada y el M.A. Sergio Morataya. Fue un proyecto que estaba visualizado desde el año 2012 y tras muchas pruebas, fue hasta el 2016 que se logró concretar ya hasta la fecha sigue con sus transmisiones las 24 horas.

Durante la pandemia del Covid-19, los alumnos que realizan EPS no tuvieron inconvenientes, porque la radio siguió funcionando con normalidad. Los alumnos realizaron sus programas y transmitieron en diferido para sus producciones radiales. Según Desireé Chuy y Raúl Urbina, Radio E, es un medio de gran utilidad para que los alumnos realicen sus prácticas en modalidad virtual, (y presencial cuando sea necesario) para continuar el aprendizaje desde sus hogares.

Los licenciados Jonathan Mejía y Stevens Mencos, quienes tuvieron a su cargo operar la radio y transmitir para Radio E, indicaron cómo se manejó la preproducción en los programas de los estudiantes. Ellos indicaron que es muy importante que los alumnos apliquen esta fase en sus programas para realizar un buen trabajo y ofrecer buen material a los oyentes.

Sin embargo, el licenciado Mejía cree que hace falta un refuerzo de preproducción dentro del pensum del Ejercicio Profesional Supervisado por que a la mayoría de los estudiantes se les dificulta esa parte. Esto ayudará a que los estudiantes al realizar sus prácticas puedan tener una base la cual deberán poner en práctica.

El licenciado Mencos opinó que sí existe una diferencia al trabajar presencial y diferido, ya que la comunicación no es la misma y los estudiantes que realizaron sus programas pregrabados evidencian deficiencias en sus producciones, por ejemplo, con los sellos musicales, pautas y puentes son necesarios para romper la monotonía y brindar al oyente otros escenarios de lo que escucharía.

Ambos indicaron que los alumnos aplicaron la preproducción en un 90 %. Sin embargo, por la falta de tiempo que tienen algunos estudiantes por su trabajo, algunos ya no les dedicaban mucho tiempo a sus prácticas y prefirieron tomar producciones antiguas y adaptarlas en las producciones de programas nuevos, toda vez los contenidos sean actualizados y poseen vigencia. Los docentes mencionados concuerdan en que la práctica es la fase más importante del EPS porque es la etapa en la que los estudiantes ponen a prueba sus conocimientos en la preproducción, y sobre todo aprenden más.

Mejía Castillo (2018), realizó un estudio sobre “La implementación de Radio E en la Escuela de Ciencias de la Comunicación en la Universidad de San Carlos de Guatemala”. El objetivo del estudio realizado es detallar la experiencia en la implementación de la radio en línea, Radio E, en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, como una herramienta de apoyo del estudiante en sus prácticas del Ejercicio Profesional Supervisado para cerrar su carrera técnica. En la investigación indicada, explica todo lo necesario para poder montar una radio en línea dentro de las instalaciones de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Ariana Elizabeth Gonzáles Palan (2019), realizó el estudio “Análisis de la programación de radios on-line y la aplicación de herramientas digitales”, con el objetivo de enfocar la problemática de las radios online y la escasa aplicación de los elementos de la producción radiofónica.

Francisco Aroldo Jerez Clara (2014), hizo una investigación sobre “Funcionalidad de la radio por internet”. En esta investigación el autor expone la transición de la radio a la nueva tecnología de internet. Su objetivo de estudio fue detallar los beneficios de transmitir una radio online, sus costos, reglas y los pasos que se deben seguir para llevar a cabo una transmisión en línea.

Lenin Yasser Marroquín Chinchilla (2017) realizó sus tesis sobre “El locutor-productor a cargo de un programa de radio en Guatemala”. El autor detalla en este estudio las actividades y funciones que debe realizar un locutor al estar a cargo de un programa. Explica la importancia de la preparación de un programa radial y las fases que conlleva producirlo.

### 1.3 Justificación

Radio E, es la radio en línea de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, creada en el año 2015 por las autoridades y los alumnos de EPS. Es importante que la radio cuente con un modelo de preproducción y así mejorar su producción, por aparte, elevar el conocimiento de preproducción de los programas de radio de los estudiantes que están por cerrar EPS de la carrera de Locución Profesional.

Es importante que Radio E, cuente con un modelo de preproducción en el cual los estudiantes puedan basarse para adaptarlo y transmitir por radio de forma profesional; así de esa forma sus programas cumplan con todas las fases que este proceso conlleva.

Esto beneficiará a la Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC, al contar con una radio en línea bien producida que pueda ser escuchada por el sector universitario y de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, para que amplíen sus conocimientos en preproducción como parte de su práctica.

A través de la radio en línea, la Escuela de Ciencias de la Comunicación construye su identidad, es una forma de representar a la institución y demostrar el trabajo realizado por los alumnos. En la actualidad, el uso de la radio en línea es una plataforma muy exitosa, porque tiene la ventaja de ser escuchada en cualquier sitio y hora.

Los oyentes online aumentan cada vez más, por ello se propone un diseño de preproducción que indique cómo manejar una radio en línea, de qué manera aumentar la audiencia y popularidad de la radio e integrar a la Escuela de Ciencias de la Comunicación, así mismo, que sea un recurso para la formación del futuro locutor profesional.

La presente propuesta se enfocó en el diseño de la preproducción de una radio en línea, para que Radio E pueda aprovechar y mejorar la calidad de los programas elaborados por los estudiantes y catedráticos de la carrera de comunicación para lograr un proceso de apoyo para la educación.

#### 1.4 Planteamiento del Problema

La radio en línea con el desarrollo de las nuevas tecnologías e internet vive una nueva época a la cual se suman cada vez más oyentes. Los estudios de internet revelan que la cifra de los oyentes por internet está por encima del promedio y una de las razones es que escuchan radio por medio de la *web*. Es muy cómodo desde cualquier sitio y momento.

Radio E, es un proyecto implementado en el año 2015 como recurso de apoyo a los alumnos que realizan EPS en la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Una iniciativa necesaria para lograr que el aprendizaje de los futuros comunicadores genera práctica y experiencia en su ámbito y al mismo tiempo desarrolla su potencial y explota el talento de los estudiantes.

Contar con una radio en línea dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación es una gran oportunidad para desarrollar la carrera y sobre todo mostrar el trabajo que hacen los comunicadores. Sin embargo, Radio E, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, carece de un esquema de preproducción que indique a los practicantes cómo deben realizar sus transmisiones y puedan adaptarse a un formato radial para no dejar de lado las pautas, sellos, música, y otras áreas que conlleva la preproducción.

El diseño y propuesta de preproducción de Radio E, se realizó con el propósito de indicar cuál es la mejor forma de realizar la preproducción de un programa para planificar y preparar los espacios radiofónicos. Se debe poseer una posición estratégica para entender las preferencias del público objetivo para analizar y mejorar los contenidos de la radio, atraer más audiencia y lograr los objetivos de la radio.

De esta manera, los alumnos comenzarán a conocer las técnicas para preproducir un programa y así mismo, se brindará un mejor contenido a los oyentes. Se pretende fomentar la práctica constante de los alumnos en concordancia con los nuevos enfoques, tendencias y objetivos de la radio en línea, lo cual tiene el reto de mejorar la calidad de la formación del futuro locutor y comunicador, así también la imagen de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Así, surge la interrogante **¿cuál es la razón por la cual, en Radio E, se carece de un formato de preproducción para los estudiantes?**

## 1.5 Alcances y Límites

- Objeto de estudio

Se diseñó una propuesta de preproducción que aporte al crecimiento de la radio en línea.

- Ámbito geográfico

Departamento de Guatemala

- Ámbito institucional

La Escuela de Ciencias de la Comunicación, Edificio Bienestar Estudiantil, segundo nivel, área sur y oriental, Universidad de San Carlos de Guatemala, Campus Central. Ubicada en la 11 avenida, zona 12, Ciudad de Guatemala.

- Ámbito poblacional

Estudiantes de la carrera de locución y catedráticos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

- Ámbito temporal

Esta investigación se realizó en el año 2021.

- Límites

La investigación se realizó con los estudiantes de EPS de los años 2017, 2018, 2019, 2020 y 2021 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

## CAPÍTULO II

### II. Marco Teórico

#### 2.1 Historia de la radio en línea

Han pasado 20 años de historia desde la primera emisora que transmitió en vivo para todo el mundo a través de la red. La primera estación de radio “Internet Talk”, fue creada por Carl Malamud en 1993. Esta estación usaba una tecnología llamada MBONE (IP Multicast Backbone on the Internet).

En febrero de 1995 nació la primera estación exclusiva en línea de tiempo completo. Llamada HK, emitiendo música de bandas independientes. La emisora HK fue creada por Norman Hajjar y el laboratorio mediático Hajjar/Kaufman New Media Lab, una agencia de publicidad en Marian del Rey, California (I., 2014; Binder, 2014).

La manera de lograr la emisión fue usar un reflector de conferencia web CU-SeeMe conectado a un cd de audio personal corriendo en un loop infinito. Posteriormente, Radio HK fue convertida a uno de los originales servidores de Real Audio.

En la actualidad, las radios en internet usan tecnología en servidores de audio por el que puedan emitir en directo las 24 horas del día. En el año 2003, Windows que ya había incurrido con éxito con su serie de servidores Windows 2000 en materia de multimedia, lanzó el programa de Windows 2003 server (Radios de Internet, 2020).

Esto permitió con un ancho de banda adecuado un manejo inteligente de “unicast” junto con la posibilidad de que miles de oyentes puedan conectarse a una misma transmisión en línea de forma estable y con calidad de sonido que puede alcanzar hasta 128 kbbs.

A finales del 2004, el uso de streamcasting de audio ha ido bajando y aumentando el podcasting, que está funcionando mediante RSS que ofrece múltiples beneficios que antes que no se podían lograr. La plena evolución de la radio por internet está haciendo posible que esta forma de transmisión día a día supere a la tradicional FM.

A lo largo de la historia no han dejado de surgir nuevas emisoras en línea o radios en línea gratis que transmiten en vivo para todo el mundo y que pueden ser escuchados en directo. Está claro que

la historia de la radio por internet ha marcado bastante a la forma de acceder a los contenidos de cualquier tipo (Radios de Internet, 2020).

### 2.1.1 La radio online como instrumento de estrategia comunicativa

La radio online, además de ser un medio de comunicación, es una forma de demostrar las partes de las nuevas tecnologías de la información. En la actualidad, las emisoras de radio se complementan transmitiendo también por medio de las páginas web y de esa forma generar más oyentes haciendo uso de las redes sociales.

Según López (2006) “Las emisoras online permiten mayor interactividad y ofrecen nuevos sistemas de comunicación entre la radio y el oyente” (pág. 5). Comenzar a transmitir en línea, fue una oportunidad de muchas estaciones para convertirse en grandes estaciones de radio.

Desde la creación de la radio, ha sido un medio en constante evolución a través del tiempo hasta la actualidad. Fernández (2013) expone: “Desde la aparición del internet y los dispositivos móviles suponen una auténtica revolución en los medios de comunicación, y la radio no es ajena a esos cambios, podríamos decir que la radio se adapta a ellos y se crean nuevas ventanas para el mundo actual y los medios de comunicación masiva” (pág. 23).

El cambio de la radio frecuencia hacia la radio online, generó mucho interés en la audiencia. Esto por las ventajas que cualquier persona puede escuchar música, noticias y otros temas de interés al mismo tiempo que otras personas alrededor del mundo.

La radio online es medio libre que se ha expandido mediante dispositivos móviles y una de sus herramientas más importantes han sido las redes sociales para su expansión y generar más popularidad. Se coincide con López (2006) “Que el internet abrió varias plataformas en las comunicaciones alrededor del mundo. Creó espacios web donde las personas, al alcance de un clic, podrían disfrutar el contenido variado en línea” (pág. 22).

Las redes sociales son una herramienta que también evolucionan constantemente y se encargan de conectar a millones de personas alrededor del mundo.

A través del Streaming, se suma la radio a la carta, un servicio que permite al oyente escuchar el programa que desee en cualquier momento y desde cualquier punto del planeta. A la emisora le permite conocer a la vez, con datos fiables, qué programas escuchan los internautas y en qué momento. (Lopez, 2006)

Una radio online asegura el éxito por su producción y por los pocos recursos que requiere para llevarla a cabo. Además, es novedosa porque trasfiere las nuevas tecnologías de la comunicación social y con la utilización de programas de *Streaming*, el rango que mantiene se da a conocer cada vez más.

### 2.1.2 Funcionalidad de la radio por internet

La radio por internet se desarrolló como una extensión de las emisoras FM, en la actualidad existen emisoras que se dedican exclusivamente a la transmisión por esta vía. La radio se ha expandido con el tiempo por medio de otros sitios en los que ha encontrado un lugar para seguir transmitiendo y llegar a más audiencia (Jerez, 2014).

Desde sus inicios, hasta la fecha, la radio ha evolucionado gracias a la tecnología que brinda internet para transmitir en línea y brinda herramientas que le permiten a una estación de radio enviar audios, videos e imágenes en cualquier parte del mundo con mejor sonido, mejor digitalización y muchas opciones más.

Las aplicaciones de internet son las responsables del crecimiento económico de los países más desarrollados en la actualidad. Por esta razón debe adaptarse a esos cambios sin perder las señales de identidad. Esta tecnología consiste en utilizar medios existentes que ofrece internet, y utilizar los protocolos de comunicación (Jerez, 2014)

La importancia de la radio sobre estas nuevas tecnologías radica en la expansión de un contenido que sea de interés para un grupo objetivo y el mensaje debe llegar a cualquier lugar en el que se encuentre el oyente. Por medio de la radio en línea, existen contenidos que antes no llegaban a lugares remotos, en cambio ahora la tecnología ofrece esa ventaja y así es como la radio puede ser originada de tres maneras:

- a) Radio con señal convencional con salida a internet: son radios con frecuencia AM o FM, con una salida que puede ser conectada al input de la tarjeta de sonido y desplegar su contenido a internet en un tiempo real.

- b) Radio con internet, tiene una salida a señal convencional. Es la difusión por internet con un output a la consola de la salida de una emisora con frecuencia AM o FM.
- c) Radio que funciona directamente en internet, su difusión solamente es por internet con contenidos en tiempo real con baja demanda.

La radio es un medio que está casi a la par de la tecnología, lo que hace que se convierta en un medio de comunicación masiva, inmediata y que reemplaza las necesidades de personas que prefieren la radio antes que cualquier otro medio. Esta preferencia se mantiene por las radios que transmiten en línea según un estudio de *Sports Illustrated* (Jerez, 2014)

El internet le ha permitido a la radio que su señal abarque grandes extensiones que en la antigüedad no eran alcanzables para presentar su servicio a los clientes. Internet es el nuevo espacio de comunicación que es bien aprovechada por las estaciones de radio.

Con la llegada de la radio por internet a Guatemala, surgió la necesidad de modificar los formatos y lenguajes de transmisión, lo que aseguró a la radio que no sería reemplazada por ningún medio. La radio en línea ha sido quien ha tenido la oportunidad de opacar a aquellos medios que ya existían. Antonio Barrios (2016) indica: “el futuro de internet no irá en la dirección del periódico, sino de la televisión y la radio” (pág. 10).

Hoy en día la radio solamente desea tener mayor interacción con los radioescuchas, busca involucrarlos en sus contenidos. Esto será posible al ofrecer información, noticias, correo electrónico, chat, transmisiones en vivo, etc. (Jerez, 2014).

### 2.1.3 Características de la radio por internet

Martínez-Costa (2001) afirma:

La radio se está reinventando puesto que abandona sus habituales formas y modos de funcionamiento y aparecen nuevas formas de producción, transmisión y recepción. Profundizándose con estas nuevas formas de funcionamiento de la radio digital que utilizan nuevos canales que mejoran la transmisión de los contenidos tales como el cable, el satélite, la televisión digital terrestre e internet. (pág. 57)

La producción de los contenidos de una radio en línea es diferente porque se sitúa en un entorno multimedia. Una radio en línea no solo va a necesitar del sonido como elemento único, sino

también necesitará de las imágenes y los textos que formen su página web, elementos de otros medios de comunicación como prensa y televisión.

La radio en línea permite una interacción con el oyente que tiene la posibilidad de personalizar la programación. Martínez-Costa (2001) expone: “La multiplicidad de canales y la posibilidad de interacción que permiten los soportes digitales favorecen la especialización temática y la personalización de la oferta de programas” (pág. 60).

La clave de la comunicación radiofónica es el desplazamiento que se produce desde la pura transmisión de información de los medios tradicionales a la creación de contenidos que se logra con la radio digital, y en donde el oyente forma parte activa del proceso; el público sedentario de los medios tradicionales se ha convertido en usuario activo, no se limita al consumo de medios interactivos, sino que también participa en la producción de contenidos”. (Orihuela, 200, pág. 47)

Herreros (2001) explica que la radio en línea aporta mejor calidad de sonido, mejor aprovechamiento del espectro radioeléctrico, en una sola frecuencia se podrá escuchar el mismo programa con independencia del lugar dentro del territorio nacional en el que se encuentre el oyente; simultaneidad de la voz y datos en la emisión, información paralela y complementaria y, por último, se podrá acceder a información de noticias de interés general.

Algunas empresas se han planteado la idea de comercializar dispositivos especiales con los que es posible escuchar radio en línea en cualquier lugar del mundo. El acceso a las páginas web de las distintas emisoras, cuentan con una interfaz que permite acceder directamente a los sitios de cada radio, sin la necesidad de utilizar un navegador para hallar el contenido deseado.

Al igual que una radio tradicional y una radio en línea, el emisor y el receptor se comunican sin percibirse. La radio posibilita que el receptor imagine lo que se le está transmitiendo y crea sus propias imágenes mentales. La información que ofrece la radio es inmediata, su lenguaje es más rico y, sobre todo, permite llegar a todos los públicos posibles.

La radio cuenta con características que la hacen distinta de los demás medios de comunicación. Algunas de las principales son:

- a) Permanente: es un medio de comunicación permanente. Puede interactuar las 24 horas del día en los 365 días del año. Es un medio que acompaña al oyente en cualquier lugar y a través de distintos dispositivos.

- b) Móvil: el oyente puede moverse y seguir escuchándola, a diferencia de otros medios como la TV o la prensa, esta nos permite realizar otras actividades que requieren movilidad.
- c) Inmediato: se caracteriza por su rapidez. Es el medio más inmediato para cubrir información ya que no requiere dedicar tiempo a escribir un texto.
- d) Ágil: es ágil para contar todo lo que le sea posible. Desde la narración, el locutor cuenta todo lo que está percibiendo y por esa razón puede transmitir muchas emociones al oyente.
- e) Creíble: es de los medios de comunicación con mejor calidad en sus contenidos, así como un medio cercano.
- f) Activa la imaginación: la radio permite desarrollar la imaginación. Es la única que hace percibir al oyente, la realidad de una forma particular.

#### 2.1.4 Ventajas y desventajas de una radio por internet

De todos los medios que se han aliado con el internet, sin duda la radio ha sido el medio que más ha aprovechado la oportunidad de proyectarse por esta vía. La radio en línea ha logrado hacer un gran salto tecnológico y esto es una oportunidad que se debe aprovechar, siempre tomando en cuenta las ventajas y desventajas que nos ofrece este servicio.

- Ventajas
  - a) No hay necesidad de licencia: no se necesita pagar gran cantidad de dinero para conseguir una concesión o recomprar una frecuencia. En internet no es necesario pedir permisos de licencias o transmisión. Es muy poco probable que esto cambie dado el gran número de emisoras en línea y la falta de registro.
  - b) Cobertura Mundial: la radio en línea solucionó el problema para lograr escuchar radios de otros países. La audiencia solamente se conecta por internet y logran escuchar la radio que deseen.
  - c) Transmisión desde cualquier lugar: la radio en línea permite la posibilidad de transmitir desde cualquier lugar donde se tenga conexión a banda ancha y un pequeño equipo informático. Por esta razón es ideal para reportes y transmisiones móviles, solo con conectarse a internet y contar con la señal de la emisora, se puede transmitir al aire.
  - d) Costos bajos: a pesar del gasto en el equipo para la transmisión y el costo de la frecuencia, la radio en línea es mucho más económica que una radio tradicional. En el

equipo no es necesario invertir demasiado, con una computadora y un micrófono es suficiente. Es necesaria la conexión a internet y el costo del servidor.

- e) Audiencias específicas: se puede segmentar más nuestra audiencia y hacer una programación más dirigida y personalizada.
  - f) Multimedia: en la página web de una radio en línea, además del audio, se pueden agregar videos, imágenes, secciones de texto, salas de chat en vivo y transmisiones en vivo a través de las redes sociales. Todo esto para entretener y motivar más a la audiencia a permanecer escuchar la radio.
- Desventajas:
    - a) No es gratis: para lograr escuchar radio en línea se debe tener conexión a internet. Es escasa la población que accede desde su hogar. Por este motivo la radio en línea no sustituirá completamente a la radiodifusión tradicional que es de libre recepción.
    - b) No se puede escuchar en todo lugar: si no se cuenta con conexión a internet o no es un área donde hay buena cobertura, será imposible escuchar la radio en línea.
    - c) Oyentes limitados: debido al ancho de banda del servidor que transmite, la cantidad de personas que accedan a escuchar la radio en línea será limitada.

El avance tecnológico es muy constante y los medios se han visto obligados a ir de la mano de este alcance. Es importante conocer las ventajas y debilidades al enfrentar la transformación de lo tradicional a lo digital. Socelec expone: “Estamos ante un mundo en cambio por la conectividad que se nos ofrece, conectividad entre personas, pero también entre personas y objetos o incluso entre objetos” (pág. 30).

Una emisora en línea permite mayor interactividad y ofrece un espacio de comunicación entre el oyente y la radio. Ofrece la posibilidad que puedan surgir núcleos diferentes a los grupos de comunicación. Distintas instituciones, asociaciones y universidades han podido acceder a esta herramienta porque permite convertirse en emisores de sus propios productos radiofónicos.

## 2.2 Preproducción

Un programa de radio permite dar a conocer hechos de interés público a través de las ondas. La información debe ser concisa, clara y con un texto bien estructurado. La radio tiene la función de informar, educar y divertir.

La preproducción es el proceso mediante el cual, el productor de manera individual o en conjunto con el locutor, se ocupan de recolectar la información teórica sobre uno o varios temas de interés y sepan entender las preferencias y pasiones del público. Deben buscar que la comunicación lleve hacia algún lado, es decir, que haya objetivos por cumplir, logrando así que el público conozca un tema nuevo y deje un mensaje importante. La etapa de la preproducción es un reto de cada día para lograr que el radioescucha pueda tener un sentimiento positivo o un crecimiento de cualquier tipo con la información que se le está brindando. En este proceso, se dedican a seleccionar la música que los oyentes podrán disfrutar (Frendcor, 2018).

La preproducción es la fase más importante del proceso de producción. Comprende desde que nace la idea hasta que empieza la grabación. El equipo de producción atenderá a la resolución de los problemas que planteen las personas y los medios precisos para la realización del proyecto.

Según Araya (2006) la preproducción incluye las siguientes tareas: (pág. 3)

- a) Grupo objetivo: se debe pensar a quiénes son las personas a las cuales se les quiere dirigir el contenido del programa. La segmentación de la emisora ya está dada, por lo que la segmentación del programa debe ser acorde a la de la emisora. Se debe realizar una descripción psicográfica para entender lo que se transmitirá.
- b) Objetivos claros: es importante definir que se pretende lograr de manera general con cada una de las transmisiones; por ejemplo, dejar en la mente del oyente un dato nuevo en cada programa, brindar alegría al radioescucha, tocar temas que no se hablan comúnmente en la radio, etc.
- c) Determinación del tema y preparación del proyecto de producción: la persona encargada de la producción tiene una idea, que luego delimita con el proyecto de producción; documento que define y organiza el programa de radio. El proyecto de producción

responde al qué, el cómo y el porqué de la producción. Este paso, define el proyecto a realizar en la radio (Araya, 2006)

- d) Aplicación de la técnica de doble círculo: esta estructura permite colocar de acuerdo con el criterio del productor, los eventos y cualquier tipo de información. El doble círculo mantiene un interés continuo, centrando el interés del oyente en la información. Permite encausar de muchas maneras al oyente, en el paso de un tema a otro.

La estructura del doble círculo tiene partes o elementos fundamentales como una apertura, un cuerpo y un cierre.

- Apertura: es una invitación para que el oyente escuche lo que más le interese del programa y pueda interesarse por algo nuevo. Permite demostrar la variedad y amplitud de la programación.
- Cuerpo: el contenido del programa es de gran importancia, como la cantidad o variedad de segmentos que formarán el cuerpo. El tiempo con el que se cuente para la presentación del programa, debe permitir incluir los elementos sonoros tales como música, pautas, sellos y efectos para ligar una información a otra.
- Cierre: el interés en la radio se debe mantener de principio a fin, por lo que, al momento del cierre, se debe reservar algo que el oyente esté esperando o le pueda interesar tanto como al principio. En esta sección, se llega al final de la información y la despedida a la audiencia. Por esa razón se debe crear un ambiente de invitación al oyente al escuchar el siguiente programa, mejor si se conduce con un segmento importante.

En todo cierre, se debe incluir la mención de las personas que hacen la realización y conducción del programa, así como acreditar al medio por el cual se transmite.

- e) Organización y asignación de tareas: las tareas serán distribuidas de acuerdo con las habilidades de cada persona que participa en la producción. Se define quién investigará y quien redactará los textos y guiones, quien seleccionará la música y quien será el locutor.

- f) Investigación: se recopila toda la información que se necesita para conocer a fondo el tema a tratar en el programa. Búsqueda de material escrito (impreso y web). En esta fase también se pueden realizar entrevistas, que después servirán como material sonoro
- “Cuando la investigación está terminada, el productor prácticamente visualiza todo el programa: quién o quiénes serán los locutores, actores o presentadores, aunque aún no los designe; la estructura final del programa; la música y efectos y, desde luego, los mensajes radiofónicos” (Luzan, 1998, pág. 112-113).
- g) Redacción de guiones: con base a la investigación realizada, se encarga al guionista la redacción de textos y la formulación de la estructura del programa. En los guiones se indican también las inserciones musicales, declaraciones de entrevistados, efectos sonoros y ambiente. El primer borrador se entrega al productor para su corrección y aprobación definitiva.
- h) Preparación del material sonoro: en esta fase, se deben redactar los sellos y pautas que identificarán la estación de radio y el programa. Una vez estén aprobados, se graban y se editan al gusto del productor. Estos deben ser cortos ya que su función, es solamente recordarle al oyente lo que está escuchando.
- i) Búsqueda de recursos: en este proceso se obtienen los recursos planteados en el proyecto de producción. Se contrata a los locutores, se buscan efectos de sonido y música y si es posible, se contrata a un musicalizador. Se acostumbra a tener un banco de voces para localizarlos con facilidad cuando se requieren sus servicios.
- j) Verificación de detalles: el productor convoca a los locutores, saca una copia del guión para cada participante en la producción y hace un inventario final de todos los recursos sonoros y materiales que necesita para realizar el programa.

La preproducción se puede resumir en los siguientes pasos:

1. Concepción: conocimiento y recogida de los elementos productivos.
2. Selección: elección de elementos.
3. Diseño: combinación y estructuración.

#### 4. Realización: materialización del producto.

De esta forma, la producción radiofónica hace referencia al conjunto de actividades del proceso productivo destinadas a la concepción, el diseño y la realización de un producto radiofónico que, como segunda condición, reclama un conocimiento teórico y un desarrollo de habilidades en las técnicas de creación radiofónica.

La etapa de la preproducción radiofónica es el pilar fundamental y la base de todo proyecto de radio, en la cual se definen sus características, hacia dónde va dirigido y cuáles son los pasos para lograr obtener la confianza y preferencia de los oyentes. Dentro de esta, se le da esencia propia al proyecto que se realizará. Sin esta fase, la producción y post producción no tendrían los elementos necesarios para obtener el producto final.

##### 2.2.1 Claves para una radio en línea

La barrera del acceso a internet limita a la audiencia y son pocas las personas que pueden escuchar al mismo tiempo una retransmisión. García afirma:

“Este tipo de experiencia resulta elitista, pues para acceder o generar su señal se requiere de conectividad, por tanto, de un pago que no siempre es bajo; tiene limitación de oyentes en simultánea, es decir, los servicios gratuitos que prestan estas plataformas permiten un acceso simultáneo de tan solo 50 oyentes y sumado a esto acceder a un buen ancho de banda puede ser costoso.” (pág.10)

En la actualidad existen muchas radios que transmiten por internet, pero para preparar una radio en línea con excelencia se necesita construir un camino con esfuerzo. Las emisoras por internet responden a arquitecturas, ubicuidad, multimedia e interactividad.

Clave 1: apela a la arquitectura de la información, accesibilidad y usabilidad

“Arquitectura de la información” se refiere a la forma en la que se presenta la información por medio del sitio web. Es una estrategia para poder llegar de manera adecuada, coherente, fácil y rápida a los oyentes. Se debe pensar donde colocar las columnas de página, que colores se utilizarán, tipo de letra, ubicación del reproductor de sonido, contacto, redes sociales, chat y ubicación para publicidad. Cada vez que se navega dentro de un sitio web, se navega dentro de una arquitectura (Costales, 2012)

La página web también debe ser accesible, fácil y rápida navegación y exploración. El reproductor de sonido debe ir en lugar destacado para que, en el menor tiempo de carga de la página, el usuario pueda abrir o cerrar el audio.

Clave 2: específica en sus contenidos

Ser específicos en el contenido de la radio marcará el presente de los medios en línea. La fidelidad de un medio se da cuando este satisface necesidades informativas y/o de entretenimiento. Salaverría (2009) señala que:

Los usuarios de medios son cada vez menos fieles a los soportes y más a los contenidos. Por tanto, internet es un canal más donde difundirlos para atraer a los lectores de cierto tipo de informaciones, los seguidores de una serie de televisión o los radioyentes fieles a ciertos locutores o tipos de música. (pág. 119)

Para alcanzar la mayor fidelidad de la audiencia se debe optar por producir mensajes cortos y específicos. Una de las principales claves para que la radio en línea tenga éxito es ser muy específico en el contenido.

Clave 3: calidad

Una radio en línea tiene un alcance universal, esto hace que su audiencia sea dispersa. Por esta razón, toda radio en línea debe hacer un esfuerzo más grande para conquistar más audiencia. Se debe revisar el ciclo de vida de los espacios radiofónicos y ajustar la estrategia para llegar a más personas. Esto implica revisar la programación, buscar nuevas voces y ofrecer a la audiencia ideas innovadoras. (Costales, 2012, pág. 19)

De esta manera, los mismos radioescuchas serán quienes promocionen y compartan lo que siguen porque responde a sus gustos y necesidades. La radio está presente en blogs, redes sociales, espacios de televisión y campañas con ideas comunicativas claras.

Clave 4: participativa e interactiva

Las radios comerciales están llamadas a impulsar la participación. Una radio debe ser receptiva cuando los oyentes envíen fotos, videos o propongan temas para ser tratados en las emisiones. Esto creará un vínculo de inclusión y fidelidad del oyente a la radio. La interactividad se puede dar

desde la apertura de espacios para comentar y sugerir donde todos puedan expresar, no solo dentro de la transmisión, sino también dentro de la página web o redes sociales (Costales, 2012).

Para que la radio sea interactiva, se pueden tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Hacer uso de correo electrónico para que la comunicación sea más extensa.
- Realizar chats o conversaciones en todo a una información concreta.
- Blogs propuestos por los oyentes para fomentar diálogo entre usuarios.
- Encuestas de temas de la actualidad.
- Comentarios de usuarios sobre las noticias publicadas.
- Envío de documentos por parte de los usuarios como textos, fotografías, videos o audios.
- Noticias o recomendaciones por los usuarios.
- Integrar las redes sociales.

Clave 5: creativa e innovadora

Se necesita superar límites para poder producir contenidos radiofónicos en la web. El ejercicio de producción creativa explora nuevas formas de introducir contenido para radio. Hay que tener libertad para adaptar lo antiguo a las nuevas posibilidades que brinda en la actualidad la radio virtual (Costales, 2012).

Clave 6: integradora

El trabajo en equipo es una clave importante. Se debe integrar cada vez más los criterios y los aportes productivos de los integrantes y páginas que pueden aportar alianza con la emisora. Según Dan Gillmor (2004), “En el periodismo digital, la visión única va a desaparecer; se debe aceptar la existencia del pluralismo en las perspectivas” (pág. 40).

Trabajar en equipo da la oportunidad de discutir y reflexionar sobre las demás opiniones, se argumentan las ideas y sobre todo ayuda al desarrollo de la idea de un trabajo con beneficios para todos los integrantes de la radio. Se debe escuchar los criterios de quienes trabajan en el mismo ámbito y sumar las ideas a la propuesta. Dan Gillmor (2004) plantea: “Los periodistas deben dejar de pensar en ellos como oráculos, porque no lo son; deben pensar en guiar y orientar al público hacia la información, aunque la haya elaborado la competencia” (pág. 45).

#### Clave 7: evoluciona

Los medios siempre están en constante evolución y más cuando la tecnología interviene, los transforma y adapta al entorno digital actual. Todos los medios de comunicación han pasado por distintas etapas. La radio, por ejemplo, ha pasado de onda corta, amplitud modulada (AM), frecuencia modulada (FM), radio satelital y en la actualidad radio por internet.

“El cambio siempre permanece en los medios, las prestaciones sonoras del medio análogo son diferentes al contexto en línea. Tiene poco sentido migrar al nuevo escenario con las mismas costumbres de la radiodifusión que se conoció hace un siglo” (Costales, 2012, pág. 29).

#### Clave 8: respetuosa

Es un deber ético citar la fuente primaria de donde se ha obtenido la información. La ética debe ser un requisito indispensable para cualquier medio de comunicación. Se debe revisar las condiciones de uso cuando se vaya a emitir algún contenido que pertenezca a otros creadores ya que no todos están bajo código libre.

#### Clave 9: es cercana

Al emitir por la red, se debe pensar en propuestas que resulten agradables para los oyentes y para ello lo mejor es consultar. Una emisora donde sea que suene, siempre será compañía. Donde hay sonido hay movimiento, y la radio no solo es móvil, también tiene la fuerza poderosa de hacer mover la imaginación (Costales, 2012).

Es importante narrar, contar, acudir a lecturas complementarias, crear historias y poder transmitir emociones en el oyente. Si se pasa solamente música, el usuario elegirá escuchar un podcast en el que no interrumpan sus canciones.

#### Clave 10: más cobertura

Llegar a más lugares implica trabajar más, tener más disciplina, más calidad y ser más creativo. La red potencia al medio de comunicación y amplía su capacidad para llegar a más personas y más lugares con menos recursos. Lograr escuchar mensajes en línea estaba pensando para pocas personas, ahora cualquiera puede empezar a transmitir gracias a los servicios gratuitos. Lo difícil es tener claridad en el mensaje que se va a presentar, la creatividad y el manejo de los contenidos.

La vitalidad y universalidad sin una política comunicativa clara puede representar un problema para cualquier radio On. Al diseñar la programación, debe haber apuestas concretas en relación con la oferta y el público, de no ser así caerá en la trampa de abarcar más y al final no se tendrá nada. Se deben cultivar audiencias (Costales, 2012).

La oportunidad de estar en internet tiene la ventaja de apuntar a un ecosistema más universal. Se puede ofrecer contenidos específicos, pero con un lenguaje más neutro. En una radio en línea se compite con productores preparados y calificados, por esa razón se debe ofrecer un contenido profesional y original.

### **2.2.2 ¿Cómo aumentar audiencia para una radio en línea?**

Captar una audiencia no es una tarea fácil ni sencilla. Aunque el internet sea una herramienta que en la actualidad está al alcance de todos, no quiere decir que posicionarse dentro del mundo digital sea un proceso fácil. Conocer bien el medio significa valerse de estrategias y herramientas para lograr la atención y fidelidad de los radioescuchas.

Hay muchos aspectos que se deben considerar para lograr captar la mayor cantidad de oyentes para una radio en línea. Estos aspectos trabajan en conjuntos porque cada uno es importante para alcanzar el objetivo (Inovanex, 2019)

- **Definir audiencia**

Considerando el estilo que se desea para la radio en línea, se debe enfocar la atención en el tipo de audiencia que se desea atraer. Esto servirá para definir la estrategia que contribuye en la captación del público y también ayudará a trabajar de forma organizada para el funcionamiento de la radio.

- **Calidad de la música y de la transmisión**

Se debe velar por el funcionamiento correcto de la emisora. La audiencia siempre buscará la emisora en línea que no se corte, en la cual la transmisión sea continua y la música sea agradable. Por esa razón no debe pasar desapercibido ninguno de estos detalles importantes para la búsqueda de más audiencia.

Es necesario contar con buen equipo para la transmisión de audios de calidad, buen procesador e internet para una mejor conexión. Esto dará un plus en el reconocimiento en el medio digital.

- Marketing digital

Los medios de comunicación deben hacerse una imagen dentro de las redes sociales, para las radios en internet, este punto es el doble de importante. La presencia de la emisora dentro de las redes sociales transmitirá a la audiencia una imagen que la representa.

Interactuar con los usuarios a través de las distintas redes sociales, dar detalles de la programación y de la radio, asegurará que el seguimiento sea más efectivo para atraerlos al portal web de la radio.

- Buena programación

Esto dependerá del público objetivo seleccionado. A los oyentes es a quien irá dirigido el contenido que se estructure para la emisora. Se debe elegir los aspectos que serán parte de la programación. De esto depende la audiencia que se acumule para la emisora.

- Posicionamiento en la web

Actualmente son muchas radios por internet, y cada vez van incrementando más. Por esta razón, se debe buscar resaltar entre las demás. Buscar herramientas para darse a conocer más fácil en la web es un paso clave. Ayudará a que la audiencia pueda localizar más fácil y rápido el sitio si aparece en los primeros resultados de búsqueda.

- Generar interacción

La interacción directamente desde la radio en línea es importante. El público se sentirá más atraído, cómodo e importante para la radio. A la audiencia le gusta solicitar sus canciones favoritas, enviar mensajes, saludos, dedicatorias o solamente escuchar la emisora. Esto es vital para mantener la fidelidad del público.

- Constancia y persistencia

Para ganar la atención de la audiencia se debe ir paso a paso, es un proceso que puede llevar tiempo y requiere constantes cambios y mejoras. Es importante mantener el objetivo claro,

de esa manera se pueden implementar los recursos necesarios para lograr la permanencia de la audiencia.

- Beneficios de fidelizar los oyentes a la radio

La fidelidad de los oyentes es indispensable para el mantenimiento de la radio en línea. Esto contribuye a fortalecer la presencia de otras emisoras en el mundo digital y a tener la responsabilidad de mejorar el servicio de calidad.

Un oyente fiel se convertirá en un embajador de la marca, al escuchar de forma constante, compartirá algún contenido en sus redes sociales, lo cual permitirá llamar a más oyentes. Por otro lado, la fidelidad de la audiencia permite que otros puedan apreciar la buena calidad de la radio online al ver la reputación y favoritismo que los oyentes tienen por la emisora.

Ayuda en el aporte de ideas para mejorar la radio, a través de la interacción que se mantiene entre ellos. Esa fidelidad permitirá un acercamiento para conocerlos más. A su vez, se puede brindar un mejor servicio que cumpla y supere sus expectativas. La atracción y fidelización de la audiencia en una radio en línea es una tarea que requiere constancia y compromiso, un trabajo difícil, pero sin duda dará excelentes resultados (Inovanex, 2019)

### 2.2.3 Publicidad en la radio en línea

En la actualidad, la publicidad por internet es más económica que en otros medios como televisión o prensa. Esto es una oportunidad para empresas que desean publicar sus negocios y servicios a un precio más cómodo. El medio digital posee esta gran posibilidad, el alcance de las redes sociales y las páginas web, son buenas opciones para publicitarse (Oniad, 2019)

No se debe dejar de lado la labor informativa que tiene la publicidad en la red y que puede promocionar negocios y ofrecer soluciones que ayuden al oyente. El ocio online es uno de los sectores con mayor crecimiento publicitario, en este espacio se puede obtener interesante información.

Al momento de querer contar con publicidad en la radio en línea se debe tener en cuenta a la audiencia. La radio en línea ha aumentado con el crecimiento del streaming. A los oyentes les gusta tener el acceso a las estaciones y programas radiofónicos de todo el mundo, lo cual le permite

acceder a una programación a la que le sería imposible acceder de otra forma. La audiencia de una radio por internet sigue aumentando cada vez más.

La radio en línea es un sitio donde la publicidad acaba de comenzar, esto hace que los internautas estén más receptivos a escuchar publicidad que en otros medios más infestados de ella. Los anuncios en la radio tienen un elevado índice de recuerdo de la marca por parte de la audiencia. Si se repite muy constante en medio de la programación, seguro que los oyentes recordarán fácilmente la marca (Pixabay, 2020).

La radio es un medio más económico para hacer publicidad y en internet sigue manteniendo esa tendencia. Depende del sitio en el que se quiera promocionar, es posible encontrar diferentes opciones, todo debe ir con base a los objetivos comerciales que se quieran alcanzar y el presupuesto con el que se cuente.

En el futuro, la previsión es que la audiencia seguirá creciendo y juntos a ellos la publicidad en línea. Esto es una inmejorable forma de poder publicitar el negocio para muchas empresas. La publicidad por medio de una radio en línea es una gran opción en la cual salen beneficiados los anunciantes, las emisoras y por supuesto, los oyentes (Onaid, 2019).

#### 2.2.4 ¿Cómo ganar dinero para una radio en línea?

Una radio en línea envía la señal por internet a través de una tecnología que se llama “streaming”, a diferencia de una radio tradicional que transmite por ondas de frecuencia. Por eso mismo, no se necesita de una infraestructura mayor ni una gran inversión.

No hace falta una infraestructura en la que se tenga que invertir mucho dinero ya que la mayor infraestructura es el internet y los costos son mínimos. Los oyentes no necesitan un aparato de radio o dispositivo receptor para escuchar. Ellos pueden hacerlo a través de una computadora o teléfono con acceso a internet. En internet se puede montar una radio, transmitir ilimitadamente y elegir la clase de contenido que se desea compartir.

Las radios tradicionales suelen estar reguladas por los gobiernos locales, mientras que una radio por internet por su carácter global no tiene regulaciones. Una radio por internet la puede montar cualquier persona, grupo u organización y hacer transmisiones de acuerdo sus gustos particulares;

comerciales, culturales, religiosos, etc. Para comenzar a generar dinero a través de una radio en línea se debe generar tráfico y así ya poder buscar un ingreso (Radio Streaming, 2017)

Herramientas para generar más tráfico en la radio en línea:

- Redes sociales: funcionarán para atraer audiencia a las transmisiones y compartir el contenido. Esto permite tener un acceso a un perfil personal que amplía la comunicación con los seguidores a través del chat.
- Entrevistas: no está de más elegir a personajes interesantes, con autoridad y experiencia en el tema que se va a tratar.
- Consultas a expertos: se deben tratar artículos en temas especializados que sean tratados y consultados por opiniones de diferentes expertos al respecto.
- Experiencias propias: las experiencias del locutor son únicas. A la audiencia se le hará atractivo escuchar los detalles sobre la vida personal del profesional.
- Editoriales: son una buena opción para permitirle a la audiencia opinar.
- Definir público objetivo: se debe pensar y elegir en el perfil del público objetivo para la radio. Toda empresa que desea obtener ganancias atractivas para su negocio debe especializar sus operaciones en público objetivo.
- Crear prestigio: cuando se comienza un proyecto, muchos confían en él. Es necesario crear el prestigio desde cero.

Montar una radio en línea es como montar un negocio por internet y lo que se necesita son visitas y para conseguirlas se debe hacer uso de las redes sociales, tener contenidos propios, calidad e interactuar con los oyentes (Radio Streaming, 2017).

Tips para ganar dinero con la radio en línea:

- Publicidad en la página web de la radio: es importante contar con un sitio web para poder promocionar la radio por internet. Esto dará además la oportunidad de la venta de espacios publicitarios dentro del sitio web y al aire.
- Publicidad en la radio: si se tiene una buena programación, muchas personas estarán interesadas en anunciarse a través de la radio. Solamente se debe buscar el anunciante y se puede armar una propuesta para ello.

- Entrevistas patrocinadas: realizar entrevistas a personajes que quieran darse a conocer como músicos, profesionales, actores, entre otros, es otra forma de poder ganar dinero.
- Vender la programación: si se tiene una buena calidad de programa y con mucha audiencia se puede ofrecer el producto en otras emisoras fuera de la zona de cobertura, a otras radios que comienzan y no tienen programación propia.

Lo más importante en los negocios es vender el servicio, comenzar generando tráfico en la radio, conquistar a la audiencia y cuando los oyentes aumenten es el momento de empezar a monetizar la radio y sacar los beneficios de la misma (Radio Streaming, 2017).

## CAPÍTULO III

### III. Marco Metodológico

#### 3.1 Objetivos

##### 3.1.1 Objetivo General

- Diseñar y proponer un método de preproducción que aporte al crecimiento de la radio en línea e involucre a todos los estudiantes de locución de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

##### 3.1.2 Objetivos Específicos

- Establecer las bases de preproducción para la radio en línea, la cual deben seguir y respetar todos los alumnos que formen parte de Radio E.
- Sugerir un equipo humano de preproducción para organizar y supervisar la programación de Radio E realizada por los estudiantes que transmitan en la radio.
- Diseñar un modelo de preproducción al cual los alumnos participantes de Radio E puedan dar seguimiento para cada uno de sus programas.

#### 3.2 Método

Para la investigación el método que se utilizó es el método inductivo. Su metodología consiste en partir de lo particular a lo general, consiste en sacar de los hechos particulares una conclusión general. El método inductivo (Buendía, Colás y Hernández, 2004) es aquel que parte de casos particulares para llegar a conclusiones generales. El objetivo de los argumentos inductivos es llegar a conclusiones cuyo contenido es más amplio que el de las premisas. A partir de verdades particulares, se concluye en verdades generales.

Se requiere que el conocimiento en principio tenga contacto directo con las cosas reales y parta de la determinación aproximada de la serie de fenómenos que se va inducir. Para aplicarse este método a la investigación se debe tener contacto directo con las cosas, ya que su fundamento de la inducción es la experiencia.

Con esta investigación, se analizó la experiencia de los estudiantes que han formado parte de Radio E, por medio de una encuesta, para determinar la preproducción de sus programas y así proponer un diseño de preproducción para el uso y mejora de la plataforma y al mismo tiempo generar más audiencia.

### 3.3 Tipo de investigación

El tipo de investigación fue cualitativa porque se obtuvo información por medio de entrevistas, encuestas, escuchas, entre otros, con el propósito de indagar en el tema. Según Taylor y Bodgan (1986, pág. 20) consideran la investigación cualitativa como “aquella que produce datos descriptivos, las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable.”

Para LeCompte (1995), la investigación cualitativa se entiende como “una categoría de diseños de investigación que extraen descripciones a partir de observaciones que adoptan la forma de entrevistas, narraciones, notas de campo, grabaciones, transcripciones de audio y video casetes, registros escritos de todo tipo, fotografías o películas y artefactos.” A través de las experiencias contadas por el grupo objetivo y el análisis de las plataformas en uso para la radio en línea, es que se dará respuesta al problema planteado.

### 3.4 Técnicas

En este estudio se implementaron las siguientes técnicas:

- Encuesta: permitió medir las características de la población mediante la recopilación de datos obtenidos a partir de la respuesta que hayan emitido los encuestados.
- Entrevistas a personas a cargo de la radio para ampliar la información sobre el tema de investigación.

### 3.5 Instrumentos

Para recabar la información en función de logro de los objetos de estudio se emplearon los siguientes instrumentos:

- Cuestionarios
- Análisis de contenido de programación actual de la radio

- Tabla de análisis
- Entrevistas

### 3.6 Población

Los estudiantes de EPS que transmitieron para Radio E de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de los años 2017, 2018, 2019, 2020 y 2021.

### 3.7 Procedimiento metodológico

En vista de ser una población pequeña, todos los estudiantes del EPS técnico de la carrera de Locución Profesional, de los años mencionados, fueron sujeto de estudio. Para obtener información del Ejercicio Profesional Supervisado de Locución Profesional de la ECC, se elaboró un cuestionario de dieciséis (16) preguntas.

A la vez para contrastar la información y al azar, se escucharon ocho (8) programas de estudiantes. Se eligió el año 2018 que realizó su práctica de manera presencial y el año 2021 que realizó de manera diferida por la crisis de la pandemia del Covid-19.

Para elegir los programas de los alumnos, se realizó un sorteo el cual consistió en colocar los nombres de todos los programas en papeles y se eligieron al azar 4 de ellos. Con esto, se logró comparar ambas transmisiones y analizar de mejor forma los programas de los estudiantes con respecto a otros.

Las entrevistas se realizaron a dos (2) creadores de la radio por medio de la plataforma zoom. La entrevista se llevó a cabo con el fin de recolectar información detallada sobre el proceso y manejo de la preproducción de la radio. En cada entrevista los colaboradores narraron y detallaron su experiencia en el proyecto, explicando su propósito a corto y largo plazo y las dificultades que encuentran actualmente en Radio E.

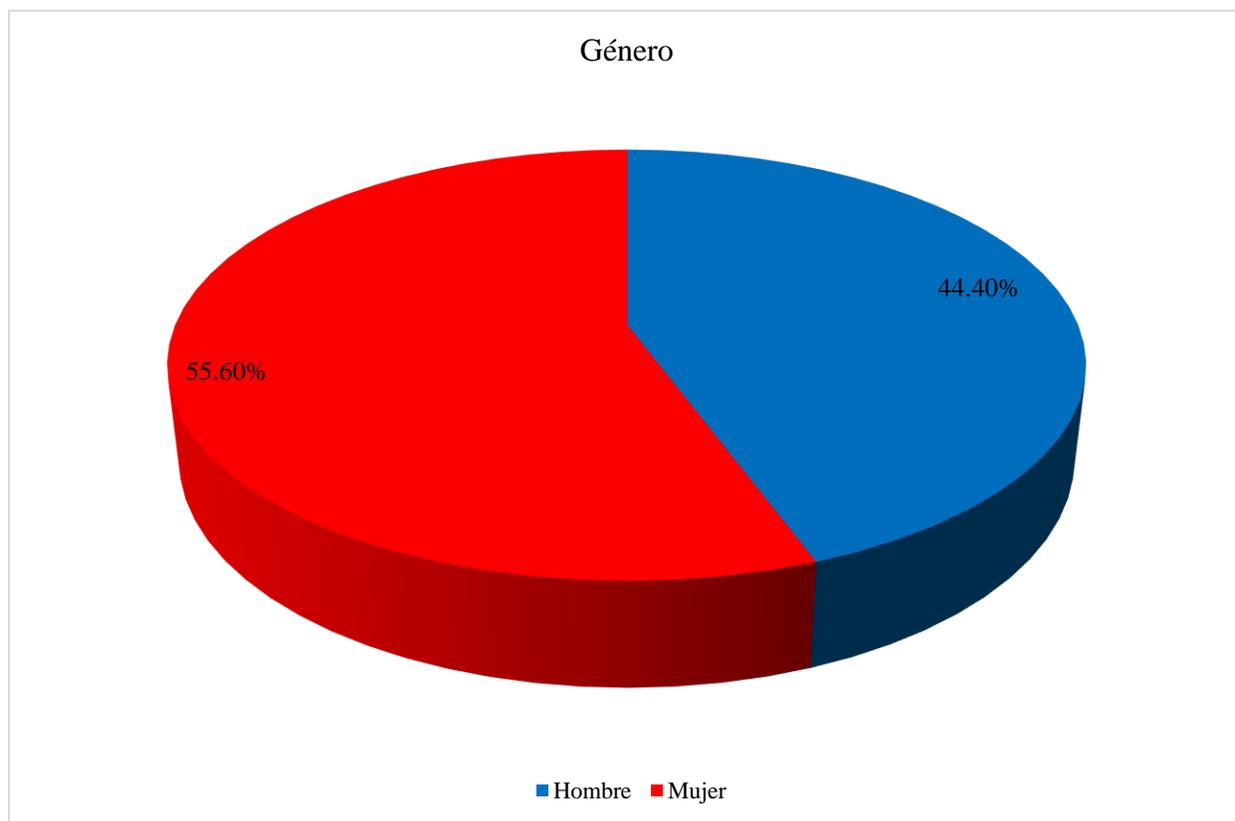
## CAPÍTULO IV

### IV. Análisis y descripción de resultados

A continuación, se presenta la descripción gráfica junto con el análisis de resultados de la encuesta realizada a 45 personas, entre ellas exalumnos y alumnos actuales del EPS de la carrera de Locución Profesional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

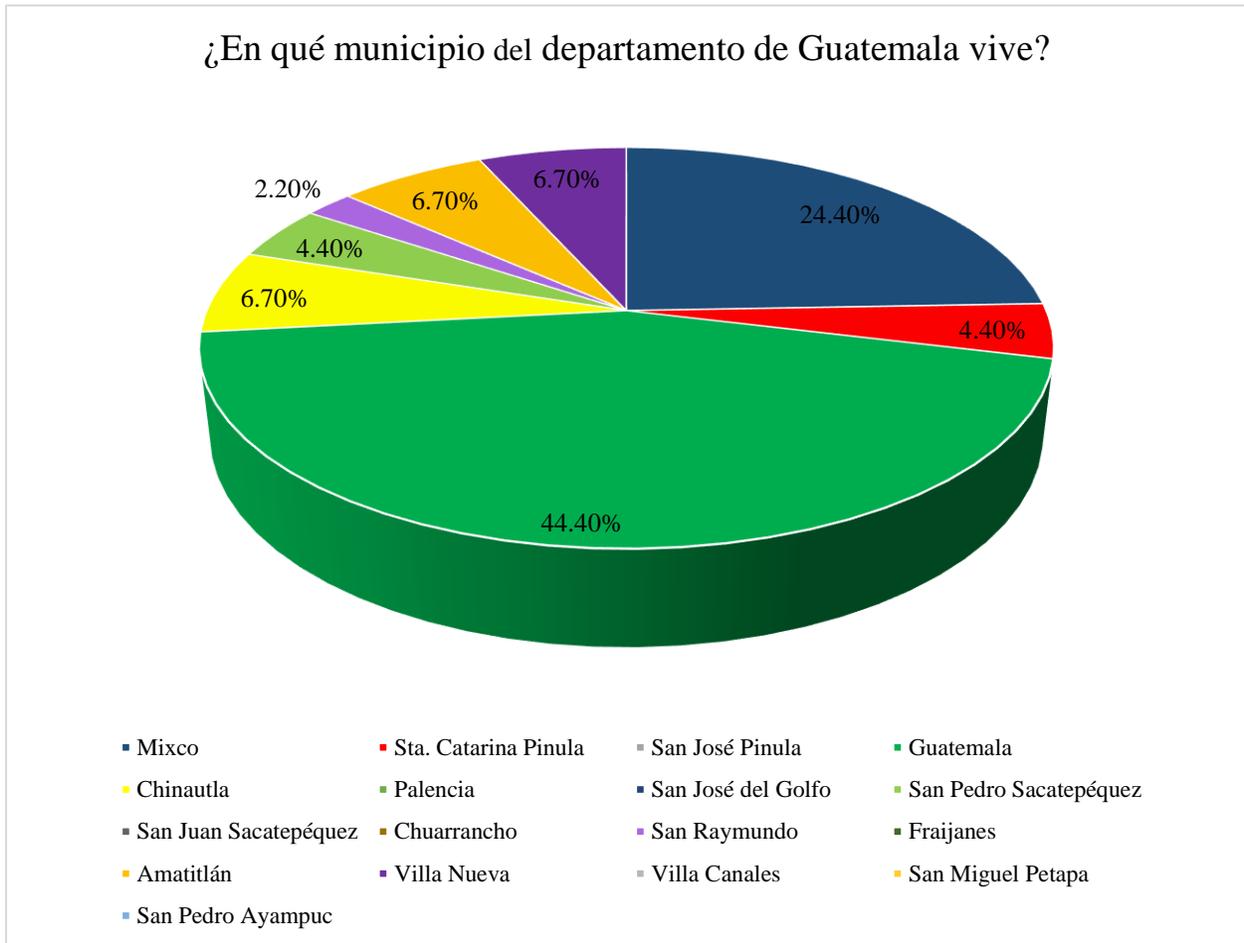
Se realizó una encuesta para conocer la opinión sobre la preproducción de Radio E, a los alumnos que realizaron el EPS de su carrera técnica de Locución Profesional desde el año 2017 hasta el año 2021.

#### Pregunta 1



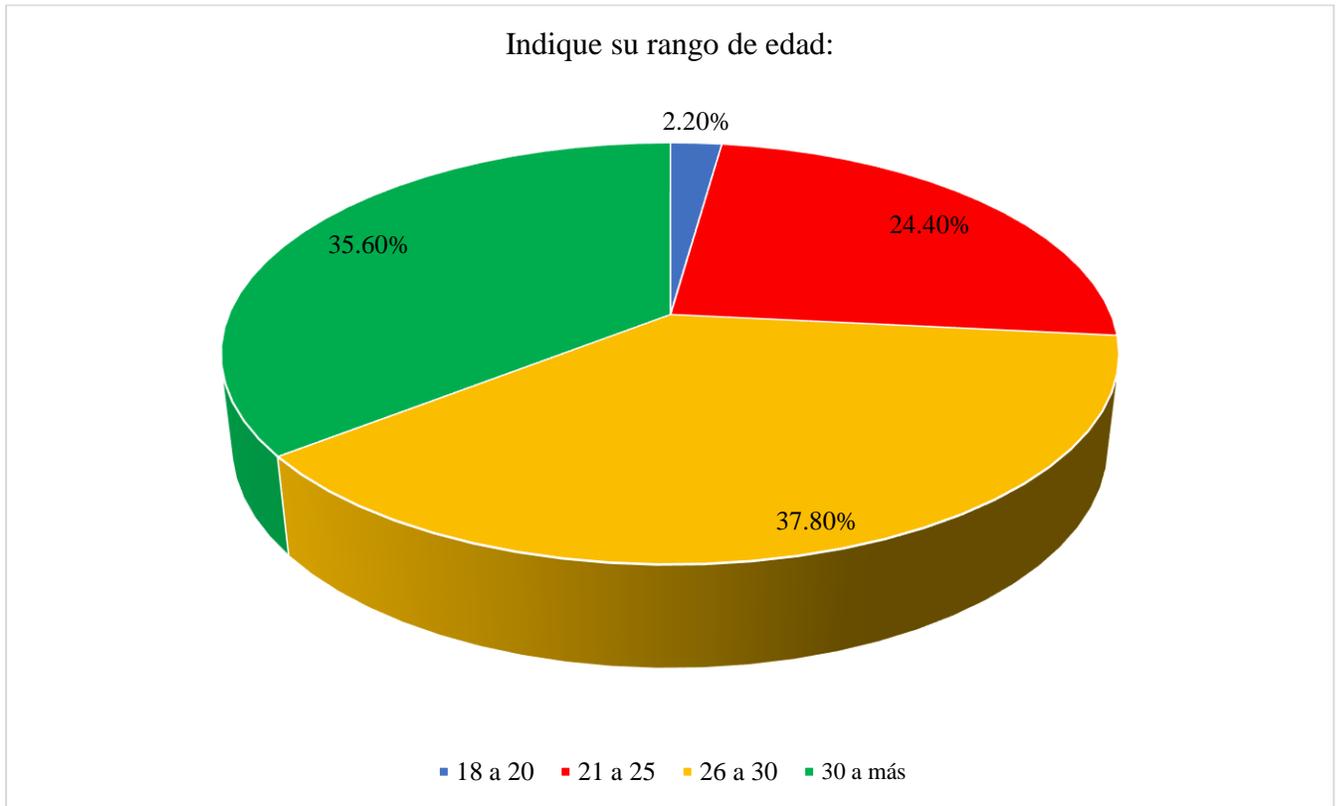
Como lo muestra la gráfica, el 55,6 % de estudiantes que realizaron EPS del 2017 al 2021, fueron mujeres y el 44,4 % hombres.

## Pregunta 2



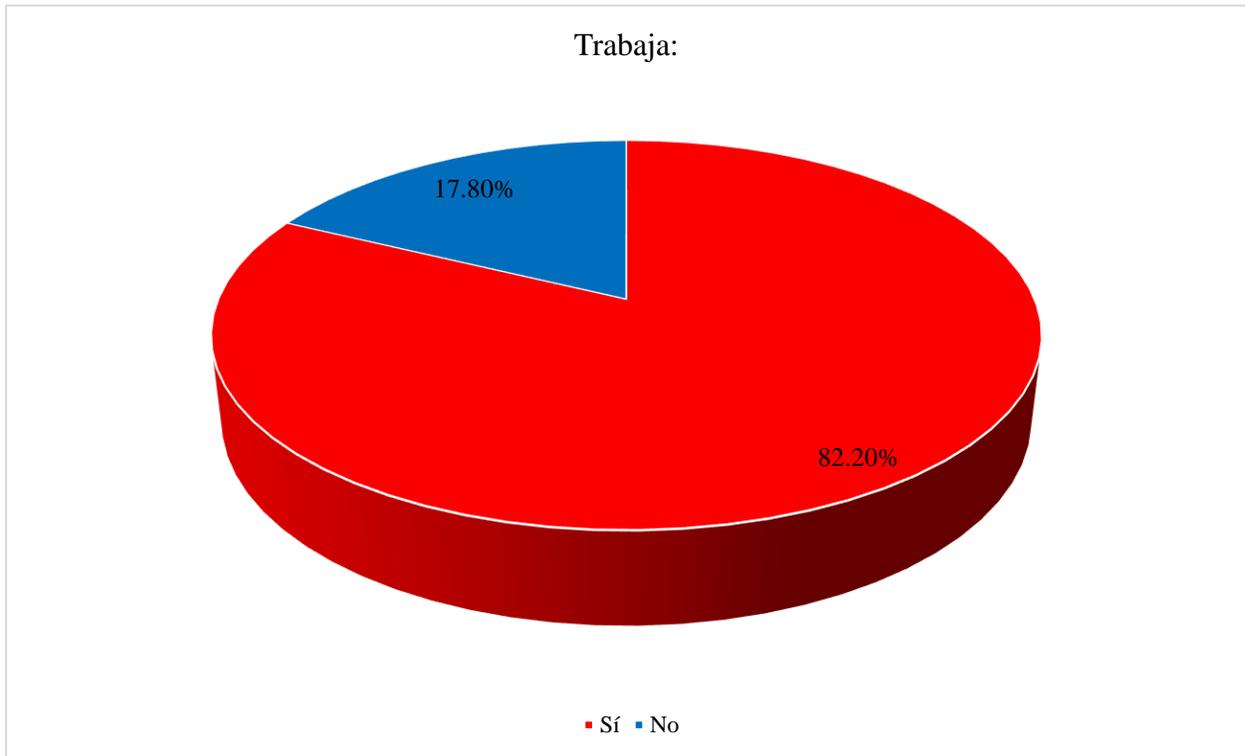
La mayoría de los estudiantes que realizaron su EPS en los últimos 5 años, viven en la Ciudad Capital. Un 24,4 % reside en Mixco, el 3% en Amatlán, Chinautla y Villa Nueva. El 2 % en Santa Catarina Pinula y San Juan Sacatepéquez y solamente el 1 % reside en San Raymundo.

### Pregunta 3



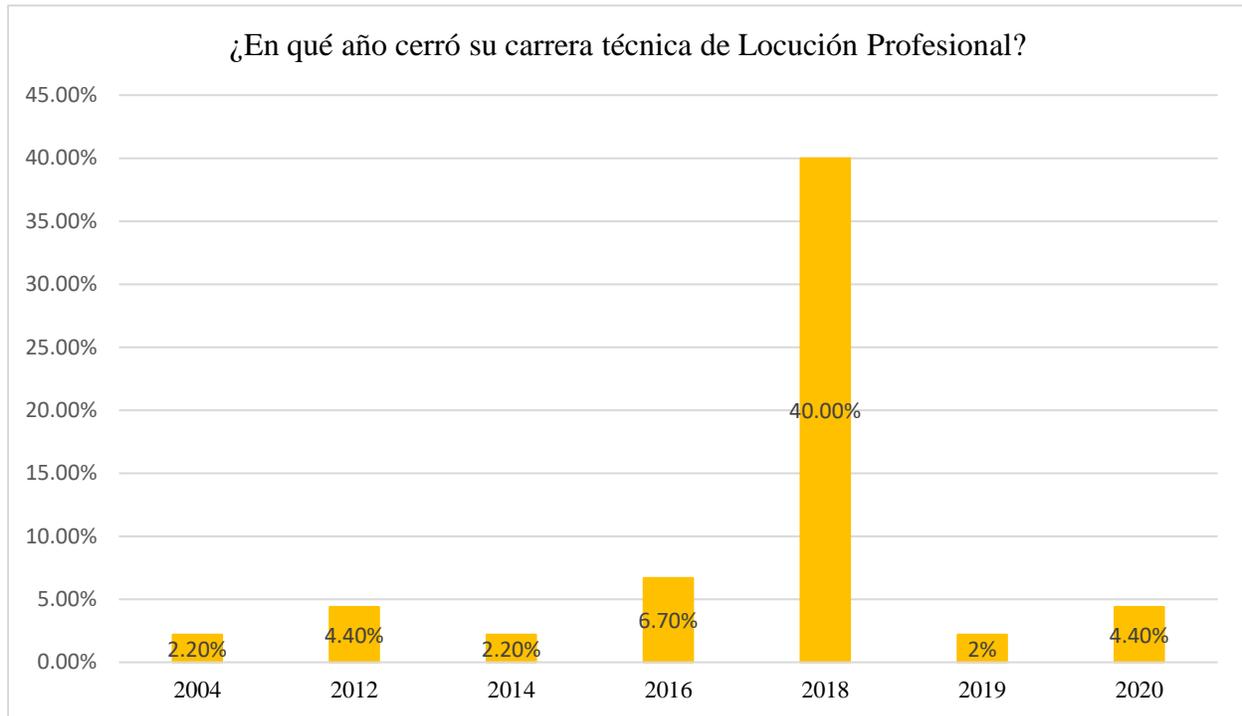
El 37,8 % de estudiantes se situó en un rango de edad de 26 a 30 años, seguido por 35,6 % con 30 años o más. El 24,4 % está entre 21 a 25 años y 2,2 % tienen de 18 a 20 años.

#### Pregunta 4



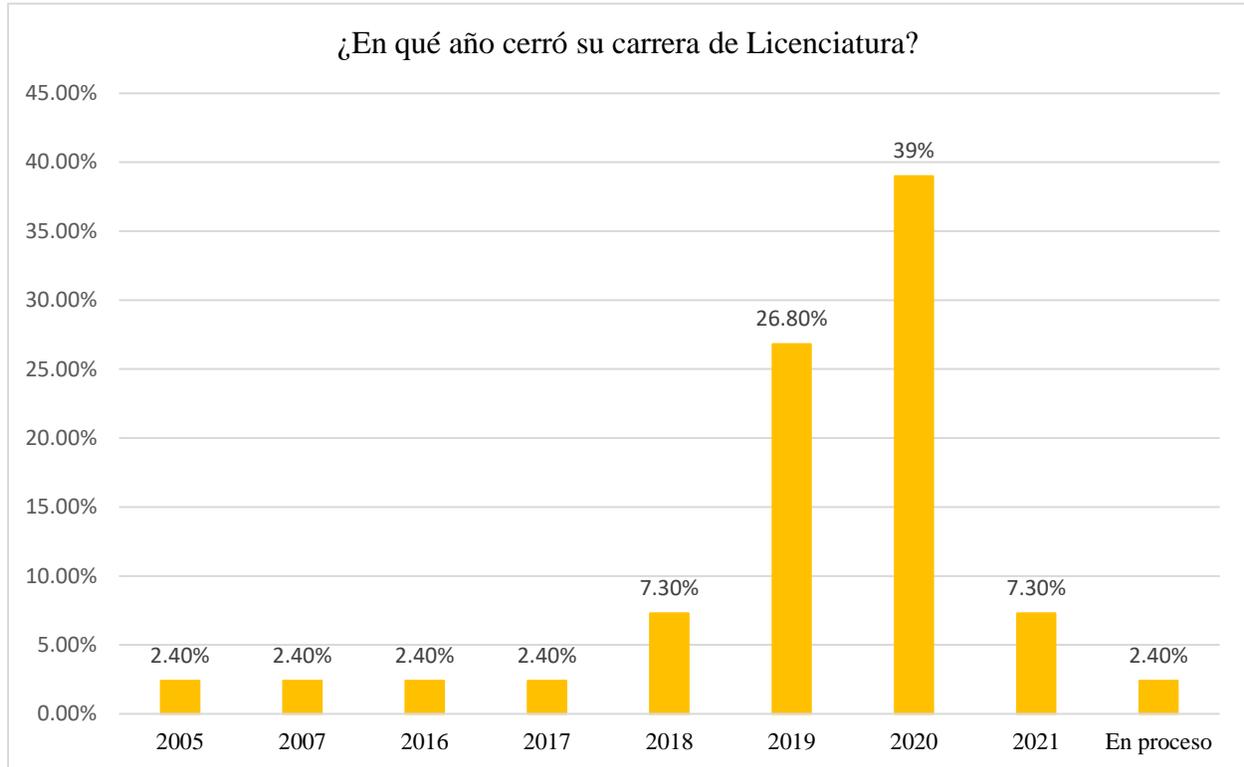
La gráfica muestra que el 82,2 % de estudiantes, trabajó y estudió al mismo tiempo que realizó su EPS. Solamente un 17,8 % se dedicó únicamente a estudiar.

## Pregunta 5



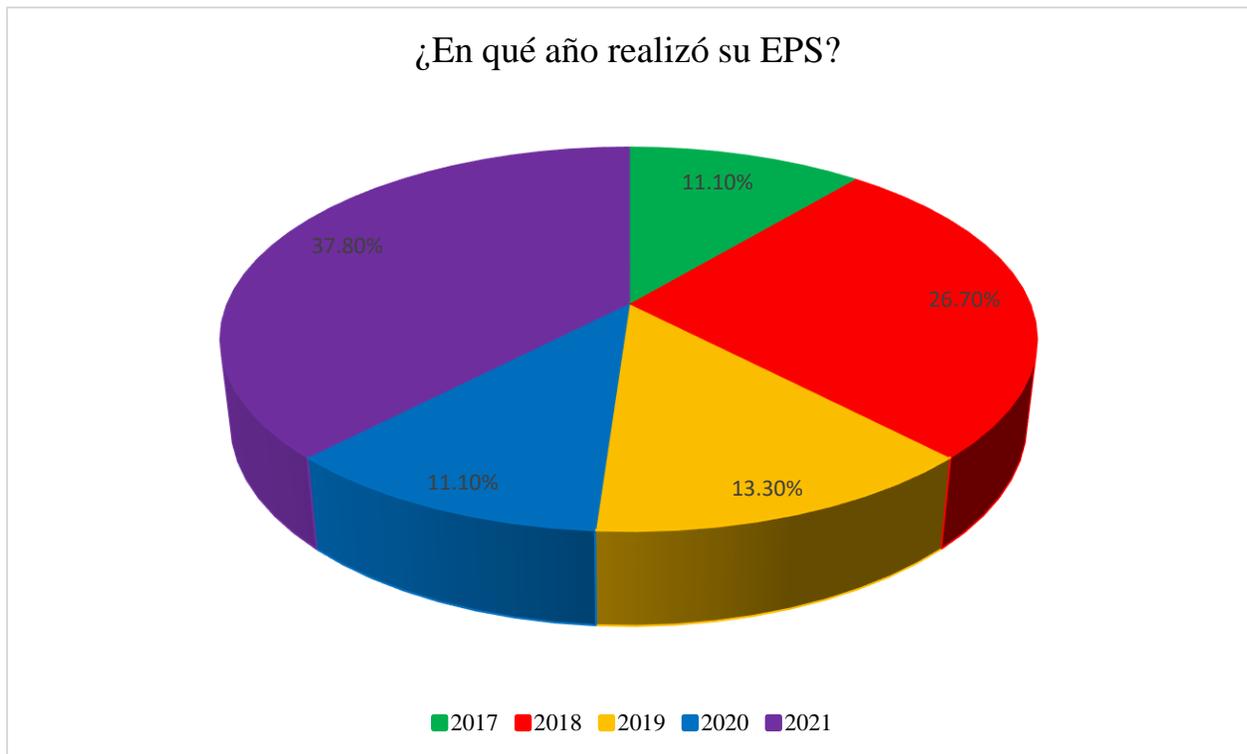
La gráfica nos indica con un 40 %, que la mayoría de los estudiantes cerraron su carrera técnica en el año 2018. Un 4.4 % la culminaron en el año 2020, el 6.7 % en el 2016. Un 2.2 % cerró en el 2014, el 4.4 % en el 2021 y el 2.2 % en el año 2004.

## Pregunta 6



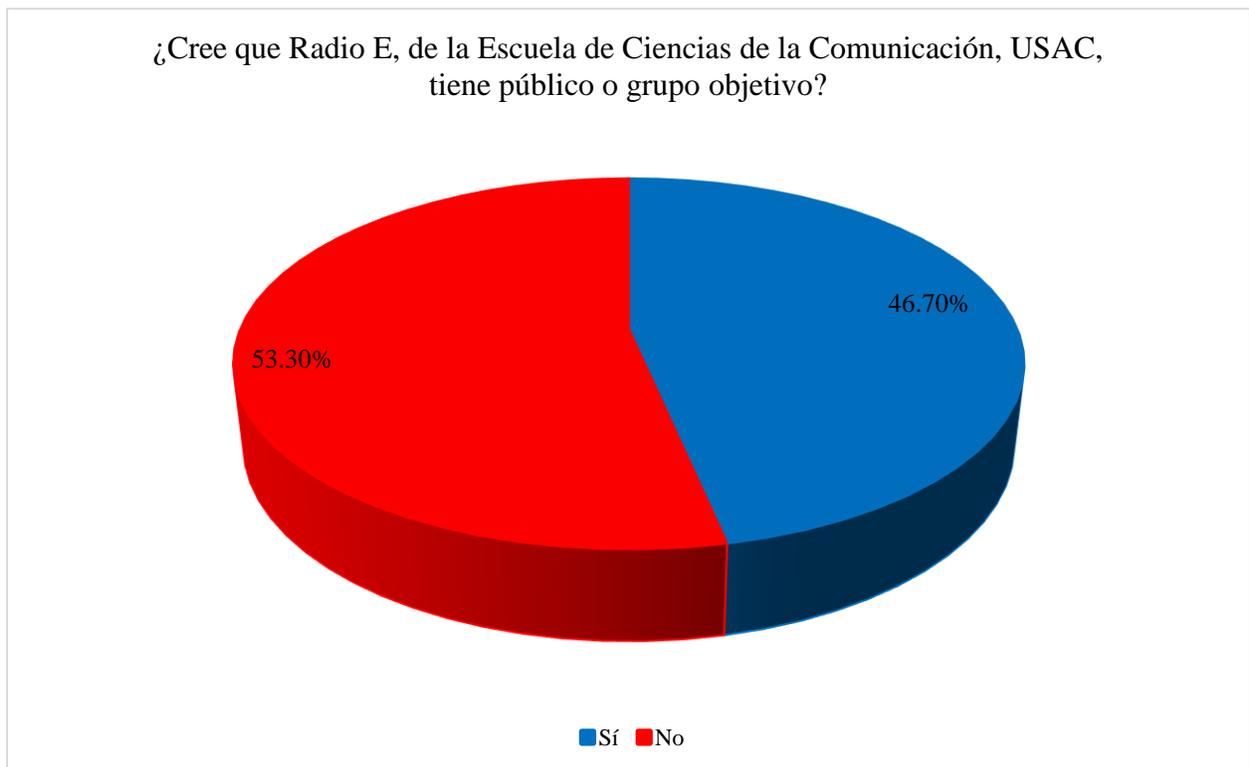
El 39 % de estudiantes culminaron su carrera de licenciatura en el año 2020. El 26.8 % cerró en el 2019, el 7.3 % completaron en el año 2018 y 2021. El 2.4 % culminaron en los años 2005, 2007, 2016, 2017 y otro 2.4 % indicaron que aún están en proceso de cerrar su carrera.

### Pregunta 7



El 11,1 % de estudiantes realizaron el EPS en el año 2020 y 2017. El 13,3 % lo realizaron en el año 2019, un 26,7 % en el año 2018 y el 37,8 % durante el año 2021, año en el que ha habido más estudiantes.

### Pregunta 8



El 46,7 % de estudiantes, consideran que Radio E sí cuenta con público objetivo, mientras el 53,3 % considera que no.

### Pregunta 9

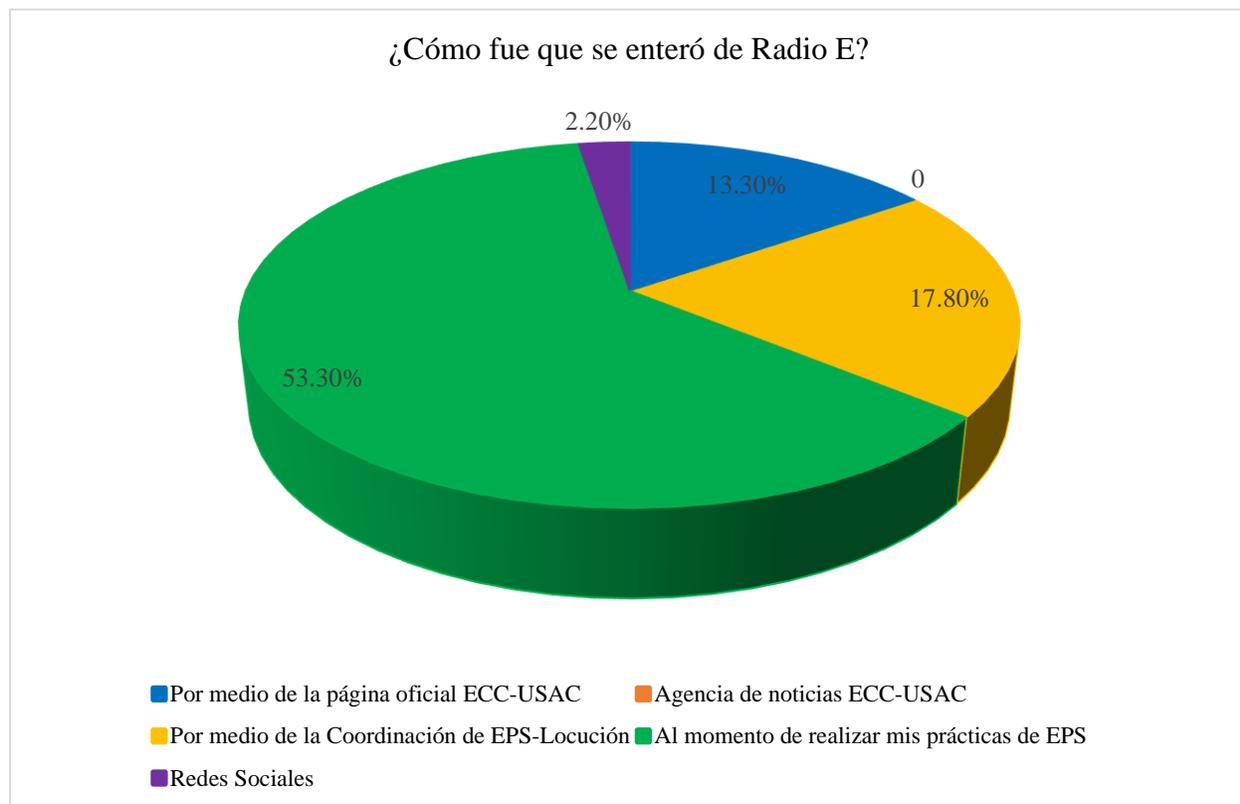
Si indicó “No” indique por qué:

Los estudiantes que indicaron que Radio E no cuenta con un grupo objetivo, explicaron en su respuesta que Radio E tiene mucha música variada, dirigida a distintos grupos y no contó con un género musical específico.

También indicaron que, al momento de realizar sus programas, transmitieron según sus gustos y preferencias. No existió un esquema al cual se adaptarán, por esa razón cada pareja realizó un programa dirigido a un público objetivo distinto.

Algunos comentaron que la radio debe actualizarse e invertir en promoción y publicidad, al igual que debe ser una radio interactiva todo el tiempo, no solamente cuando los estudiantes realizan su Ejercicio Profesional Supervisado.

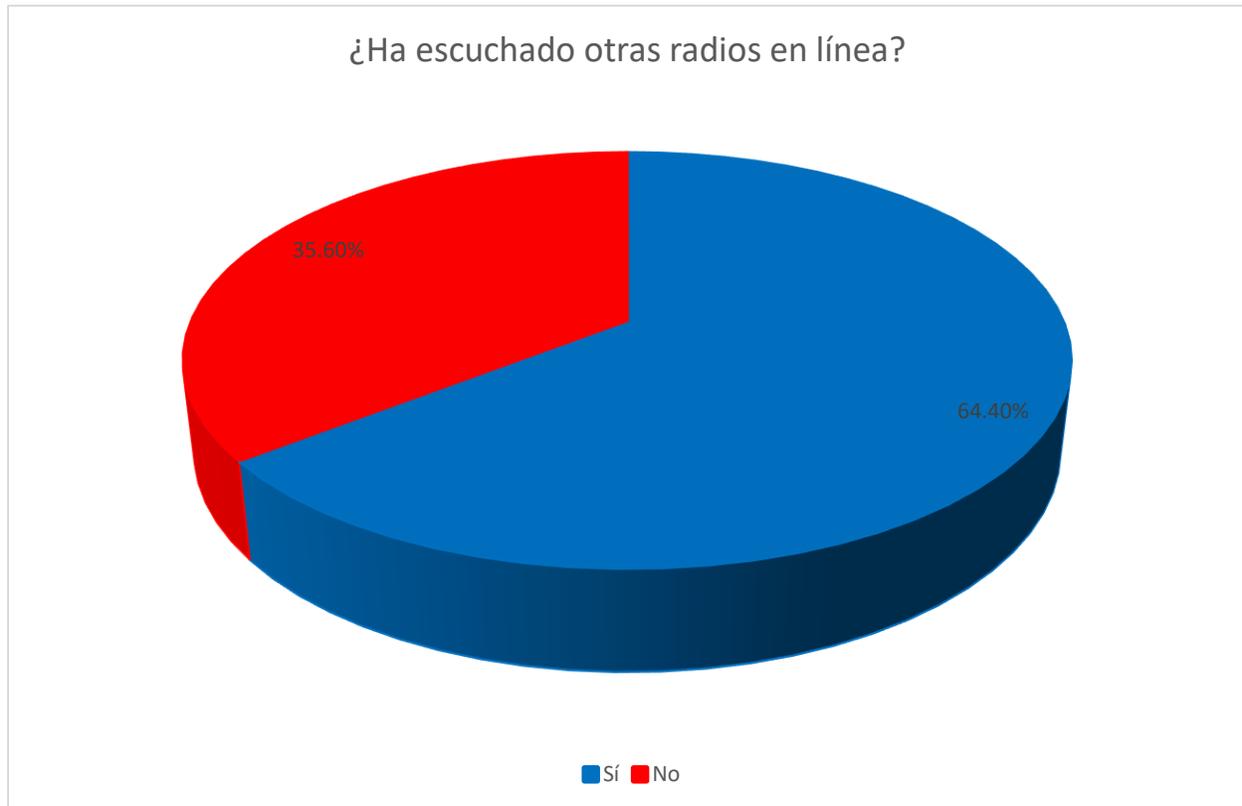
### Pregunta 10



La mayoría de los estudiantes conocieron Radio E al realizar sus prácticas de EPS, como lo muestra la gráfica con un 53,3 %. El 17,8 %, por medio de la Coordinación de EPS y el 13,3 % conocieron la radio por medio de la página oficial ECC-USAC. Solamente el 2.2 % conocieron Radio E por distintas razones como la Agencia de Noticias ECC-USAC o por otros compañeros que realizaban sus prácticas.

La mayoría de los estudiantes no conoce que la ECC cuenta con una radio en línea. Por esa razón, los pocos que deciden realizar EPS de la carrera técnica conocen el proyecto y a través de ellos más alumnos se van enterando de la radio. Radio E debe ser más patrocinada dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación para que más estudiantes conozcan y se interesen por el proyecto.

### Pregunta 11



La gráfica nos indica que el 57,1 % se enteró de Radio E a través de la Red Social, Facebook, el 28.6 % por medio de Instagram y el 14.30 % por otra red social. Eso se debe a que los estudiantes del Ejercicio Profesional Supervisado, al usar las redes sociales como herramientas para promocionar sus programas, utilizan *Facebook* e *Instagram* por ser las más vistas y utilizadas por la sociedad.

### Pregunta 12

Un 64,4 % de estudiantes de EPS sí han escuchado otras radios en línea, mientras el 35,6 % no ha escuchado ninguna otra radio en línea. Es bastante común que la mayoría de los estudiantes de locución estén actualizados y familiarizados con la herramienta de la radio en línea. En la actualidad es más fácil sintonizar una radio desde cualquier dispositivo. Es por ello por lo que la gráfica muestra que muchos alumnos escuchan radios en línea y solo un pequeño porcentaje aún no utiliza la herramienta.

### Pregunta 13



Entre las radios en línea más escuchadas por los Epeistas, se encuentra DF Radio con un 10,3 %. También son escuchadas 94.9 Radio, La Mega, Radio Mia, Radio Fama, Publicanet y Energy, entre otras. Estas son las radios que más popularidad tienen entre todas las radios de Guatemala y las que más llegan a empatizar con la juventud guatemalteca por el contenido y tipo de música que transmiten.

### Pregunta 14

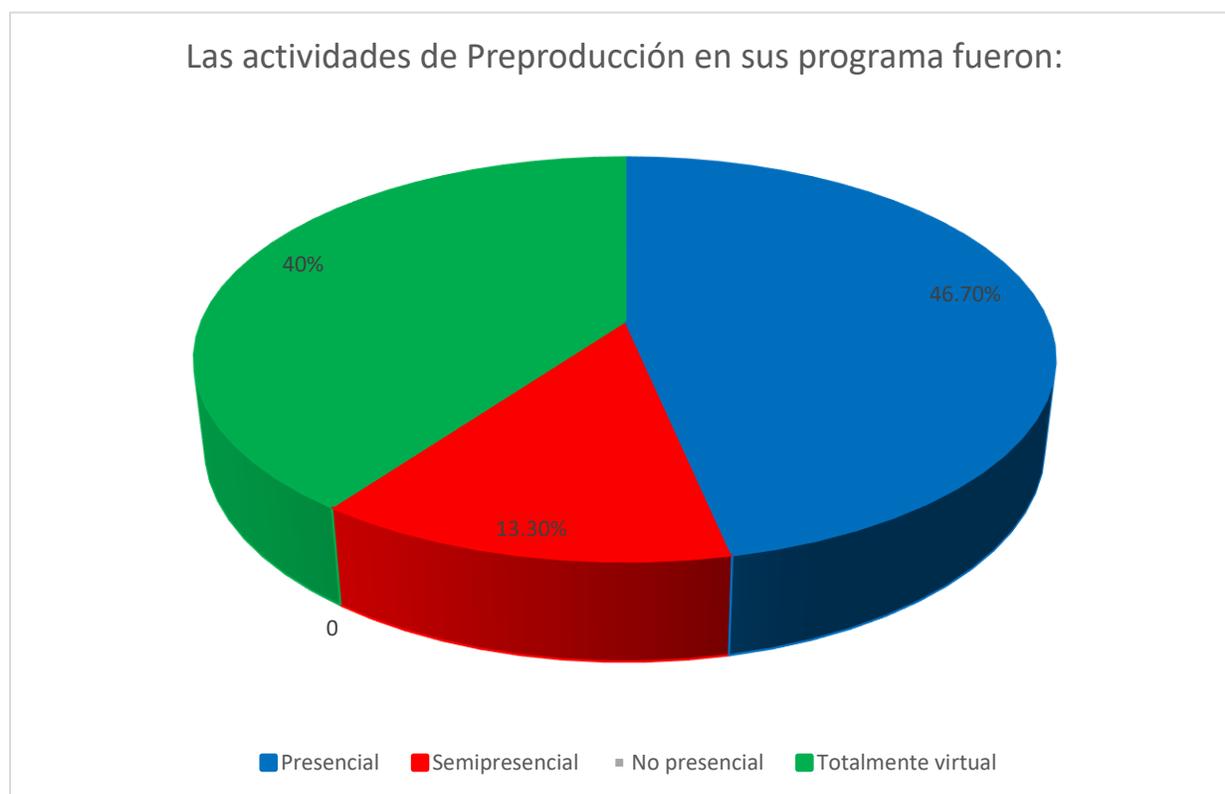
El 53,3 % de estudiantes, transmitieron su programa en diferido (pregrabado) y el 46,7 % lo realizaron en directo (presencial en cabina). El Ejercicio Profesional Supervisado siempre se manejó de manera presencial, hasta el 2020 que se dio la Pandemia del Covid-19. Los alumnos de la carrera de locución comenzaron a estudiar y producir en diferido. Aunque no son las mismas ventajas que trabajar en directo, no perjudicó el trabajo porque lograron grabar antes los programas y de esa manera transmitieron en Radio E.

### Pregunta 15

#### Si fue diferido, indique por qué:

El 53,3 % de estudiantes que transmitieron su programa en diferido, indicaron que fueron pregrabadas debido a la Pandemia del Covid-19, ya que la Escuela de Ciencias de la Comunicación cerró la docencia en forma presencial y debieron adaptarse a las clases en línea. Por esa razón llevaron su Ejercicio Profesional Supervisado de manera virtual y todas sus transmisiones en Radio E fueron pregrabadas.

### Pregunta 16



El 35,6 % de los alumnos indicaron que las actividades de su preproducción fueron totalmente virtuales. Un 46,7 % lo realizó de manera presencial, el 13,3 % fue semipresencial y solo un 4,4 % fue no presencial. La mayoría de los estudiantes que decidió realizar EPS han trabajado de manera presencial y solamente un pequeño porcentaje de estudiantes ha trabajado en diferido debido a la pandemia del Covid-19.

### Pregunta 17

Si fue “No presencial” indique por qué:

El 4,4 % que indicó que su preproducción fue no presencial, indicaron que, debido a la pandemia y restricciones tomadas por las autoridades, trabajaron todo desde sus hogares y por esa razón no visitaron la cabina de radio. Sin embargo, la tecnología les permitió trabajar desde casa y realizar sus transmisiones en Radio E sin ningún inconveniente.

### Pregunta 18



Los alumnos indicaron que sí realizaron la planificación de sus contenidos antes de salir al aire con un 91,1 % y solamente un 8,9 % lo realizaron en algunos programas.

### Pregunta 19

Si su respuesta anterior fue “Sí”, indique como realizó la preproducción para su programa:

Los estudiantes practicantes colocaron un nombre a su programa y escogieron su público objetivo para adecuar su programa. Ellos seleccionaron su preproducción e investigaron sobre los temas que abarcaron en cada programa. Tomaron las ideas y con base a ello realizaron el guión y seleccionaron la música para programar. También seleccionaron los efectos, sellos y pautas.

Algunos planificaron mensualmente sus temas, entrevistas y música para desarrollar una preproducción más organizada y efectuar los cambios con tiempo cuando fue necesario. Los alumnos utilizaron cronogramas con fechas establecidas para los temas elegidos.

Cada pareja, a su manera, realizó la preproducción necesaria para sus transmisiones.

### Pregunta 20



El 37,8 % de estudiantes, aprendieron sobre preproducción en su etapa de estudios de la carrera técnica de Locución Profesional. El 33,3 % conocieron sobre esta rama con otros cursos

especializados. Un 20 % en el desarrollo de la fase de Complemento de EPS y solamente un 8,9 % en la Fase de Propedéutico de EPS.

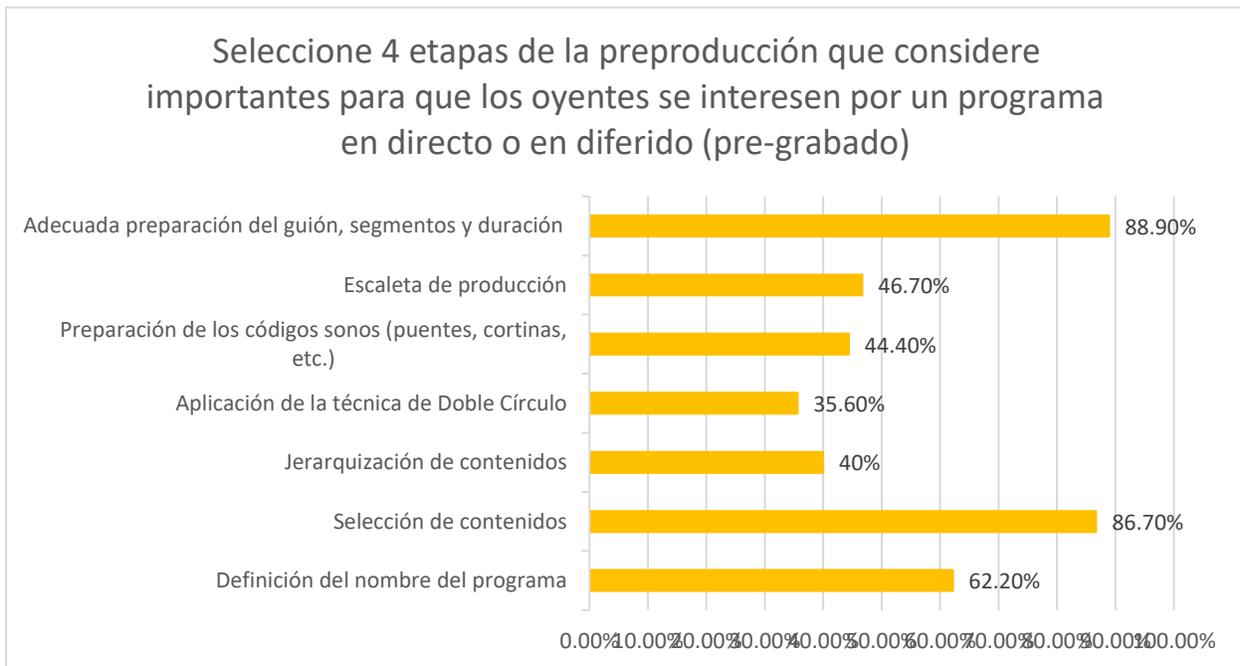
Algunos estudiantes decidieron buscar otros conocimientos en distintas plataformas de internet o cursos fuera de la universidad para mejorar su preproducción y estar más actualizados para sus prácticas.

### Pregunta 21

Si indicó “Otros cursos especializados”, diga cuales:

Los estudiantes que aprendieron sobre preproducción en otros cursos especializados utilizaron para su aprendizaje plataformas como *YouTube*, *Crehana* y *Doméstika*. Algunos recibieron cursos extras fuera de la universidad y en algunas empresas para practicar y trabajar.

### Pregunta 22



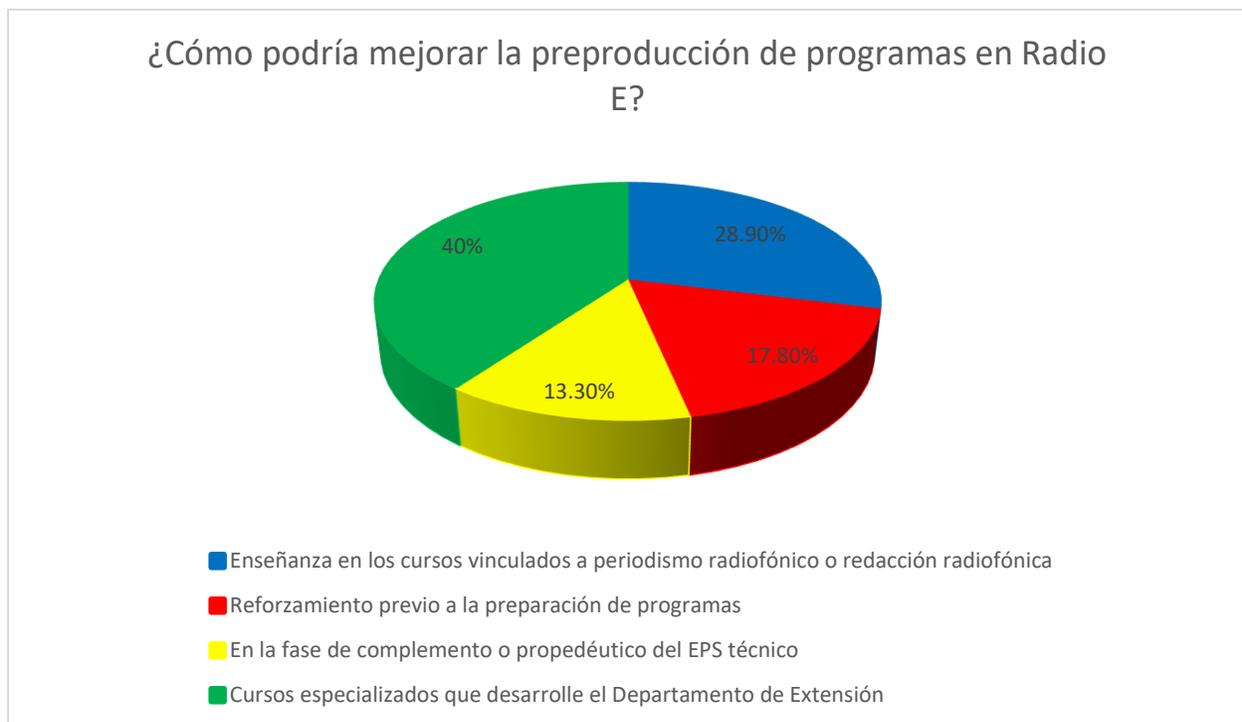
Los estudiantes escogieron de siete, 4 etapas importantes sobre la preproducción.

1. El 88,9 %, creen que es importante la adecuada preparación del guión radiofónico.

2. El 86,7 % considera importante la selección de contenidos.
3. El 62,2 % la definición del nombre del programa.
4. El 46,7 % la escaleta de producción.
5. 44,4 % la preparación de los códigos sonoros.
6. El 49 % la jerarquización de contenidos.
7. 35,6 % la aplicación de la técnica del doble círculo.

Para la mayor parte de estudiantes, fue más importante realizar una eficiente preparación del guion radiofónico porque es la estructuración del programa radial. Eligieron los contenidos para el programa por que captó la atención del público. Según los estudiantes, definir un nombre para el programa y realizar una escaleta de producción, son otros dos factores determinantes para una buena preproducción radial.

### Pregunta 23

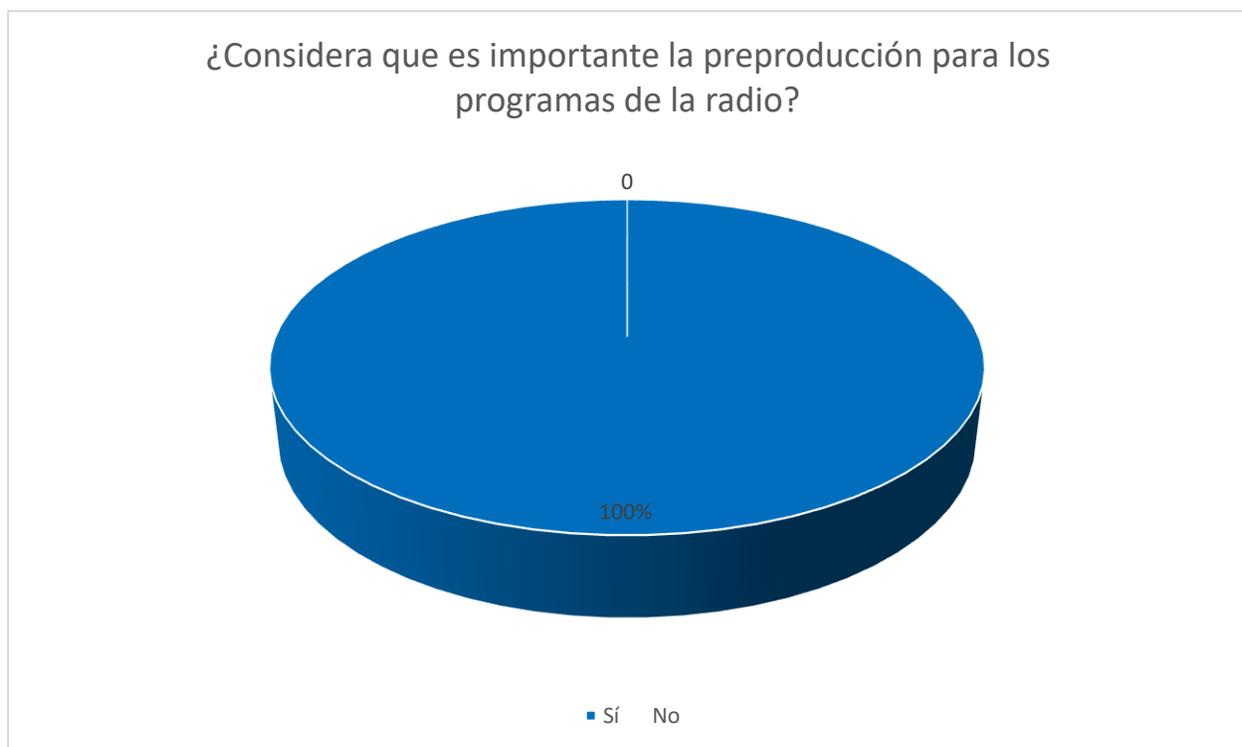


Como lo muestra la gráfica, el 40 % consideró que la preproducción de Radio E se puede mejorar con cursos especializados por el Departamento de Extensión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC. El 28,9 % por enseñanza en los cursos vinculados a periodismo o redacción

radiofónicos. El 17,8 % por reforzamiento previo a la preparación de programas y un 13,3 % consideró que en la fase de complemento o propedéutico del EPS técnico, podría mejorar.

Los alumnos indicaron que deben ser capacitados sobre preproducción radial con cursos extra que ofrezca la Escuela de Ciencias de la Comunicación para estar más preparados en esta área y reforzar los contenidos en los cursos de periodismo y redacción radiofónica para poseer un mejor conocimiento previo para sus prácticas supervisadas y realizar un mejor trabajo al momento de salir al aire en la radio.

#### **Pregunta 24**



El 100 % de los estudiantes que realizaron el EPS de la carrera técnica de locución, consideró que la preproducción sí es importante para los programas que realizaron.

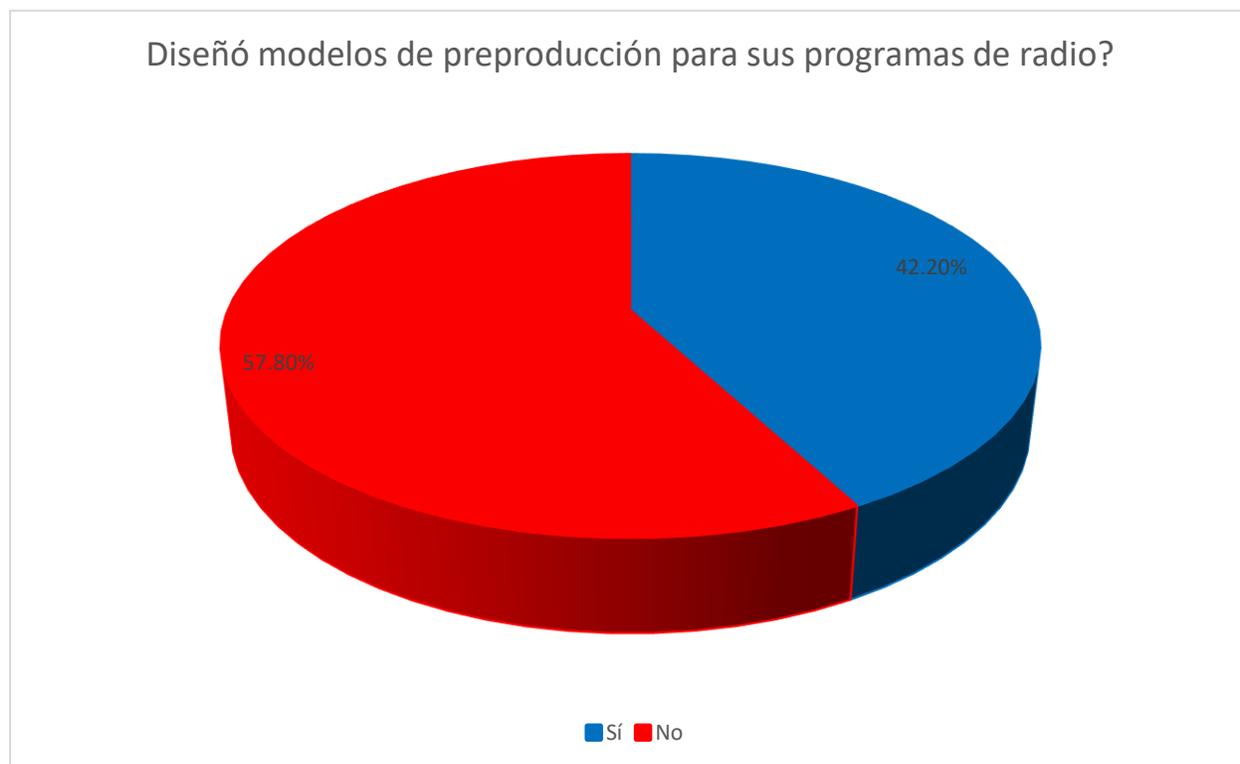
### Pregunta 25

Si su respuesta fue “Sí” indique por qué:

Los estudiantes reflexionaron que la preproducción en los programas es importante porque no es adecuado que los locutores llegaran a la cabina a improvisar. Por ello debió prepararse con un esquema de lo que le transmitió al público de forma técnica y profesional. No solamente con ideas, sino que con variedad de música y efectos.

Creer que, al mejorar la preproducción para Radio E, se le dio una mejor imagen a la Escuela de Ciencias de la Comunicación, logró llegar a más estudiantes y otros grupos de audiencia. Además, el estudiante logró salir más preparado y con mejor conocimiento en la rama para poder aplicarla a futuro de una manera profesional.

### Pregunta 26



El 57,8 % no diseñó modelos de preproducción para sus programas y el 42,2 % sí los realizó, los estudiantes que no lograron realizar modelos de preproducción fue por trabajo y carecieron de tiempo y preparación para sus transmisiones y en la preparación de sus guiones radiofónicos.

### Pregunta 27

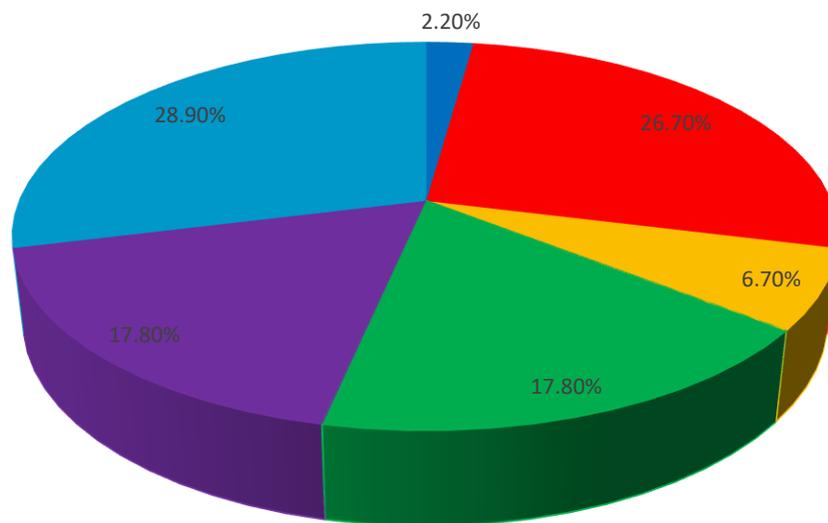
Si su respuesta anterior fue afirmativa, explique cómo:

Los estudiantes que realizaron modelos de preproducción indicaron que preparaban un buen guion radiofónico y eso los ayudó a seguir un modelo de preproducción para sus programas.

Al tener claro sus temas, música y fechas establecidas, se les hizo más fácil realizar la preproducción de sus programas y realizaron cronogramas para llevar una planificación clara.

### Pregunta 28

¿Qué fue lo más importante al realizar sus programas en la etapa de preproducción de Radio E?



- Hacer uso del equipo
- Aprender sobre el manejo del equipo virtual (consola SAM, por ejemplo)
- Instruirme sobre el uso de programación en diferido, Centova Cast
- Interactuar con la audiencia de forma directa
- Aprender a promocionar mis programas por medio de redes sociales
- Ilustrarme sobre las etapas de preproducción

El 26,7 % de los alumnos del Ejercicio Profesional Supervisado de la carrera de locución indicaron que aprender sobre el manejo del equipo virtual al realizar sus programas. Para el 28,8 % fue importante ilustrarse sobre las etapas de preproducción. El 17,8 % aprendieron a promocionar sus programas por medio de redes sociales e interactuar con la audiencia de forma directa. Solamente un 6,7 % se instruyó sobre el uso de programación en diferido y un 2,2 % en hacer uso del equipo.

### Programas

Se realizó la escucha de ocho (8) programas de estudiantes que fueron analizados por medio de una hoja de calificación, en la cual se evaluaron varios aspectos de preproducción. Cuatro (4) de estos programas fueron del año 2018 y otros cuatro (4) del año 2021.

<b>Criterios de evaluación </b>	<b>Programas 2018 (presencial)</b>	<b>Programas 2021 (diferido)</b>
<b>El programa de radio tiene una duración de 30 minutos.</b>	Los programas de forma presencial, asegura el tiempo estimado era de una (1) hora, lo cual permitió al estudiante organizar mejor su programación.	Al inicio de la pandemia, se comenzó a trabajar de forma diferida y los programas contaron con un tiempo de treinta (30) minutos según el normativo del EPS de la carrera de locución.
<b>El programa creado por los alumnos cuenta con un nombre</b>	Todos los programas cuentan con un nombre creativo e interesante que los estudiantes colocan al programa y estuvo a sus contenidos.	
<b>El programa de radio evidencia planificación en su contenido</b>	Todos los programas abordaron un tema cada semana y planificaron sus intervenciones y espacios para música.	Aunque el tiempo fue limitado, planificaron temas de conversaciones e intervenciones. Sin embargo, realizaron intervenciones muy largas y existió poca música, pautas y sellos.
<b>El programa de radio posee apertura-presentación y sumario</b>	Si, existió una apertura en el programa y la mayoría fueron radio revistas. Es común la	Existió apertura para el programa. No fue común escuchar titulares de contenido

<b>con titulares del contenido.</b>	inclusión de varios segmentos diferentes.	porque abordan un solo tema en los 30 minutos de transmisión.
<b>Según la preproducción se denota adecuada distribución de los segmentos</b>	En la mayoría. Los estudiantes trataron diferentes temas y los abordaron poco a poco.	Algunos programas no contaron con segmentos diferentes.
<b>Existe la certeza de una eficiente estructura adecuada del guion</b>	Se escuchó un programa planificado y organizado, aunque no estimaron tiempo para las intervenciones.	
<b>Se evidencia aplicación de la técnica de doble círculo.</b>	La técnica de doble círculo es escasa, porque la mayoría abordan un tema para todo el programa y con base a ese tema realizan su transmisión.	
<b>Presentan dentro del programa una canción incluyendo una breve explicación del autor.</b>	Se presentó la canción y el autor, sin embargo, evidencian espacios en los que no mencionan al artista.	
<b>Hay dentro del programa una mesa de discusión o debate.</b>	En cada programa se presentó un tema sobre la mesa y los locutores lo discutían y debatían.	
<b>Al final del programa los locutores se despiden de la audiencia.</b>	Hay una despedida en cada transmisión. Recordaron el nombre del programa, hora y nombre de la radio.	
<b>Se escucha una eficiente utilización de la técnica de la locución en la lectura del formato analizado.</b>	La mayoría solo leyó el guion radiofónico y no transmitió las ideas de forma apropiada. Por ello fue monótono y aburrido el contenido que programaron.	
<b>Participan todos los integrantes del equipo en el programa.</b>	Los locutores se organizaron y participaron con el tema planteado para dar sus opiniones y recomendaciones.	
<b>Hay una buena organización y coordinación en la participación de cada integrante en el programa de radio, que permita ver que hubo un buen trabajo en equipo.</b>	Los programas mostraron un trabajo en equipo y participaron activamente. Se organizó y planificó el contenido y música.	

Fuente: elaboración propia

Los estudiantes elaboraron con creatividad cada una de sus transmisiones y se escuchó una buena planificación, organización y preproducción de sus programas. Se encontró un buen trabajo en equipo. Se observó una buena interacción con la audiencia, aunque el transmitir en diferido limita esta opción, los estudiantes logran conectar con el oyente.

Los alumnos de EPS de la carrera de locución deben trabajar en sus intervenciones y establecer un tiempo límite al interactuar con el público. En la mayoría de los programas sus intervenciones fueron muy largas. Las pautas, sellos y música dentro del programa fueron escasos. Se encontraron deficiencias de redacción en el guion radiofónico y falta de naturalidad en su locución y lectura en los textos.

Esto se logrará con una mejor preproducción de sus programas y planificación correcta de tiempos, contenido, segmentos y pautas dentro de la transmisión. Los estudiantes deben salir de lo monótono y proponer programas diferentes.

## **Diseño y propuesta para la preproducción de Radio E**

Después de realizar la encuesta a los estudiantes de EPS de los años 2017 a 2021 y de escuchar los programas realizados por algunos de ellos, se obtuvo un panorama más específico de cómo debe estar estructurada la propuesta de preproducción de Radio E.

Radio E, comenzó en septiembre del año 2016 a transmitir por internet con el objetivo de ser un espacio para que los alumnos realicen las prácticas de la carrera técnica de Locución Profesional. Los estudiantes del EPS de Locución calificaron este espacio como una experiencia enriquecedora para su carrera. Ellos esperan que este espacio siga creciendo y sea en el futuro una herramienta que impulse al futuro locutor a crecer profesionalmente con conocimiento en tecnología digital.

A continuación, se presenta un diseño y propuesta de preproducción que permita al Departamento de EPS de la carrera de locución y estudiantes en general, desarrollar un contenido de calidad en la programación de Radio E.

**Grupo objetivo:** es importante que la radio posea un grupo objetivo al que dirigirse. Con base a ello los estudiantes trabajarán mejor el contenido. Esto les permitirá acoplarse a la línea de trabajo de la radio, alcanzar más audiencia

- **Misión y Visión:** crear una misión y visión permitirá tener más claros los objetivos de la radio, la forma en que llegará a su audiencia y sus estrategias de crecimiento para el futuro. Serán más claros los principios de Radio E y justificará para qué ha sido creada.
  - **Misión:** ser una radio en línea cultural y educativa que produce y transmite una programación de calidad que contribuye en el aprendizaje y desarrollo de los futuros Locutores Profesionales de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
  - **Visión:** ser un espacio radial cultural que promueve y estimule la creatividad de los futuros Locutores Profesionales de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, a través de la plataforma al servicio de las necesidades sociales.

La misión y visión proyectará más confianza en los estudiantes que transmitan para Radio E. Esto debe ser comunicado de forma clara a todos los participantes de la radio y de esta manera los estudiantes alcanzarán los objetivos de la radio.

- **Programación:** la programación que ofrezca Radio E debe atraer a la audiencia. Los practicantes de la carrera deben adaptarse al formato de la radio y transmitirán periódicamente en los mismos días y hora.

Antes de salir al aire, deberán poseer una estructura, idea principal, carácter, temática, contenido, título, género y características definitivas del formato radial. Con estos aspectos establecidos, se fijará la duración y el horario de transmisión.

Para que los futuros locutores se preparen de mejor manera en la etapa de prácticas, se sugiere que cada semana se agregue un reto a la programación, de manera que pongan en práctica todo tipo de locución y se desarrollen en todas las ramas de su profesión. Esto permitirá que varíen sus contenidos y se ofrezcan programas diferentes a su audiencia.

<b>SEMANA 1</b>	Plataforma	En la primera transmisión al aire, los estudiantes deberán familiarizarse con el programa donde transmitirán sus programas cada semana y aprendan a desarrollarlo correctamente.
<b>SEMANA 2</b>	Cortes Comerciales	Se programarán cada 20 minutos, dos bloques de 3 cortes comerciales en la hora del programa. Estos serán los comerciales que los mismos Epesistas realizarán.
<b>SEMANA 3</b>	Whatsapp / Redes Sociales	Comenzarán a interactuar con la audiencia a través de las redes sociales en la página de la radio. Subirán un post de su programa, enviarán saludos a la audiencia, complacerán con música, entre otras dinámicas durante la hora de su transmisión.
<b>SEMANA 4</b>	Noticias	Redactarán 3 noticias de 30 segundos cada una, notas actuales e interesantes y que sean para ser leídas en la media hora de su programa. Cada noticia debe ser de: -Nacional o internacional -Farándula o cine -Deportes
<b>SEMANA 5</b>	Menciones	Los estudiantes realizarán 2 menciones de eventos o fechas especiales durante el programa. Ellos decidirán en qué momento realizarlas. Las mismas no deben durar más de 15 segundos.
<b>SEMANA 6</b>	Tema especial	Buscarán un tema interesante para su audiencia y programarán música que hable del tema elegido. Aquí se pondrá a prueba su habilidad de investigación y conocimiento del tema. Esto ayudará a que los programas de los estudiantes varíen en contenido.
<b>SEMANA 7</b>	Especial artista	Los estudiantes elegirán a un artista y programarán música de ese artista. Aquí también se pondrá a prueba su

		habilidad de investigación y dará la oportunidad de brindar a la audiencia otro tipo de transmisiones.
<b>SEMANA 8</b>	Entrevista	En esta semana, los estudiantes presentarán un invitado en el programa que sea figura pública o que se dedique a hacer algo diferente y que llame la atención del público para realizarle una entrevista en vivo. La entrevista debe durar 15 minutos.

Fuente: elaboración propia

- **Intervenciones:** los estudiantes tendrán un tiempo de 2:00 minuto por cada intervención. Esto les ayudará a ordenar sus ideas y poder transmitir las en el tiempo indicado y así no excederse en la información que transmitirán a los oyentes para lograr realizar un mejor contenido organizado.
- **Guion Radiofónico:** se les debe brindar un modelo de guion radiofónico para que se adapten al esquema de la radio y puedan cumplir con el tiempo de programación. En este modelo incluirán la música y los bloques comerciales, además de las intervenciones.

**NOMBRE DEL PROGRAMA:**  
**DÍA Y HORA DE TRANSMISIÓN:**  
**TIEMPO: 1 HORA**  
**FECHA:**  
**LOCUTORES:**

Tiempo	Hora	Descripción	Observación
2 min	5:00	1ra Intervención de Locutor	
4 min	5:02	<b>Música</b>	
4 min	5:06	<b>Música</b>	
2 min	5:10	2da Intervención de Locutor	
4 min	5:12	<b>Música</b>	
2 min	5:16	3ra Intervención de Locutor	
4 min	5:18	BLOQUE DE COMERCIALES	
4 min	5:22	<b>Música</b>	
2 min	5:26	4ra Intervención de Locutor	
4 min	5:28	<b>Música</b>	
2 min	5:32	5ta Intervención de Locutor	
4 min	5:34	<b>Música</b>	
4 min	5:38	<b>Música</b>	
1 min	5:42	BLOQUE DE COMERCIALES	
4 min	5:43	<b>Música</b>	
2 min	5:47	6ta Intervención de Locutor	
4 min	5:49	<b>Música</b>	
4 min	5:53	<b>Música</b>	
2 min	5:55	7va Intervención de Locutor	
2 min	5:59	<b>Música</b>	
4 min	6:01	8va Intervención de Locutor	
2 min	6:02	<b>Música</b>	

- **Sellos:** la radio debe contar con sus propios sellos y deben estar incluidos en la plataforma de transmisión para que los estudiantes puedan pautarlos cuando lo deseen. Además, los estudiantes tienen la libertad de grabar sellos originales a su programa para también pautarlos y recordarle a la audiencia lo que están escuchando.
- **Transmisiones en diferido:** si los estudiantes realizan sus transmisiones en diferido, se puede realizar un programa en vivo desde casa para que puedan tener la experiencia de interactuar con el público. Se sugiere capacitar a los alumnos con los diferentes programas para que sean instalados en sus ordenadores y así poder realizar sus programas desde casa sin ningún problema.
- **Retroalimentación:** los alumnos recibirán una retroalimentación cada dos semanas de parte de los encargados del EPS para recibir comentarios de su trabajo y reconocer sus mejoras y fallas en su locución y de esta manera puedan trabajar mejor en cada semana de transmisión.
- **Prueba final:** al finalizar con las prácticas, se le realizará a cada estudiante del EPS un “simulacro de casting”. Para esto, a cada uno se le asignará una radio diferente y tendrán una semana para prepararse. Deberán investigar grupo objetivo de la radio asignada, tipo de música, slogan, redes sociales, frecuencia, números de teléfono, entre otros temas para conocer a totalidad la radio que se les asigne.

Esto pondrá a prueba su habilidad para adaptarse a otras radios y se les dará a conocer como es la realización de una audición. El casting debe ser realizado por los encargados de EPS y/o alguna figura importante en el medio de la radio.

## Conclusiones

Después del análisis de los resultados obtenidos mediante la investigación, se llegó a las siguientes conclusiones:

1. Las bases de la preproducción radial son la determinación del tema, organización de roles, investigación, redacción del guion radiofónico y búsqueda de recursos para el programa. Los estudiantes deben seguir sin falta estas indicaciones para cada una de sus transmisiones y lograr producir programas de calidad.
2. Los estudiantes y docentes son el equipo humano que deben dar seguimiento y velar que la radio cumpla con todas las bases de preproducción en los programas y se respeten los objetivos de Radio E.
3. El diseño de preproducción para Radio E permitirá a los estudiantes dar un seguimiento ordenado en sus prácticas supervisadas y pondrá a prueba todos los conocimientos en su carrera. Así también, les permitirá cumplir un reto distinto en cada semana de programación y podrán ser más creativos e innovadores en sus transmisiones.
4. Radio E es necesaria para el aprendizaje y práctica de los futuros locutores profesionales para poner a prueba sus conocimientos en la materia y les da la oportunidad de experimentar las fases de la producción de un programa radial. Es un espacio para que los alumnos disfruten y aprenden.
5. La mayoría de los estudiantes consideran que la preproducción de Radio E puede mejorar con cursos especializados que ofrezca la Escuela de Ciencias de la Comunicación para aprender del tema y obtener conocimientos más amplios al momento de desarrollar sus propios programas y ofrecer mejor material al oyente y elaborar una preproducción de calidad.
6. El 100 % de los estudiantes opinan que la preproducción es importante para los futuros programas de la radio porque es la herramienta y la fase que les permite planificar, organizar y pensar en mejores ideas para su contenido y aumentar la audiencia para sus programas y la radio.

## Recomendaciones

Teniendo en cuenta las conclusiones, se anotan las siguientes recomendaciones:

1. La plataforma de Radio E es un medio de comunicación alterno en internet que debe estar en constante evolución y adaptarse a las nuevas tendencias y tecnología del día a día para que el alumno pueda aprovecharla al máximo y así lograr explotar sus conocimientos y poner en práctica su carrera.
2. Lo que espera recibir el estudiante para su formación académica, debe ser tomado en cuenta por las autoridades correspondientes de la ECC para mejorar el pensum de la carrera técnica de Locución Profesional y lograr obtener un mejor resultado en las producciones de Radio E.
3. El cronograma de actividades para la práctica de EPS debe ofrecer la calidad que requiere y ser reestructurado de manera pedagógica, tecnológica y comunicativa. Debe permitir al futuro locutor su proyección dentro de la vanguardia que demandan los medios en Guatemala.
4. La publicidad es una técnica de comunicación comercial que fomenta el consumo de un servicio a través de los distintos medios de comunicación. Es importante que se implemente dentro de Radio E para fomentar el desarrollo y competitividad de la radio y al mismo tiempo ayude a que el futuro locutor utilice la herramienta para su programación.
5. La monotonía de los contenidos en los programas no permite alcanzar los objetivos de la radio, por lo que debe implementarse un plan de actualización en la preproducción de los estudiantes con el propósito de que abarquen temas actuales y aprendan utilizar otras herramientas para su programación que les permita crear contenido de valor.

## Fuentes de consulta

- Aguado, J. (2004). *Introducción a Las Teorías de la Información y Comunicación*. España: Universidad de Murcia .
- Araya, C. (2006). *Redalyc*. Obtenido de Como producir un programa de radio: <https://www.redalyc.org>
- Binder, I. (2014). *Rádios Libres*. Obtenido de Ventajas de una radio online: <https://radioslibres.net/>
- Cebrián Herreros, M. (2011). *Los mitos de la publicidad radiofónica: Estrategias de la Comunicación Publicitaria en la radio Española*. Obtenido de <http://produccioncientificaluz.org>
- Costales, J. R. (2012). *FlacsoAndes*. Obtenido de 100 claves para la radio en línea: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/>
- I., B. (2014). *Rádios libres*. Obtenido de Ventajas de una radio online: <https://radioslibres.net/>
- Inovanex. (2019). Obtenido de Como aumentar la audiencia de mi radio online: <https://blog.inovanex.com/>
- Jaramillo, M. (s.f.). *La radio online como instrumento de estrategia comunicativa*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/>
- Jerez, F. (2014). *Funcionalidad de la radio por internet*. Guatemala: Universidad Galileo.
- Kaplún, M. (1999). *Producción de programas de radio*. Quito, Ecuador .
- L., M. (2017). *El locutor-productor a cargo de un programa de radio en Guatemala*. Guatemala: USAC.
- Lopez, M. (2006). *Razón y Palabra*. Obtenido de La radio sin fronteras : <http://www.razonypalabra.org.mx/>
- Mejía, J. (2018). *Implementación de Radio E en la Escuela de Ciencias de la Comunicación en la Universidad de San Carlos de Guatemala*. Guatemala: USAC.
- Moraguas. (2012). *La comunicación: de los orígenes al internet*. Gedisa, Barcelona, España.
- Oniad. (2019). Obtenido de Publicidad en radios online : <https://oniad.com/>
- Radio Streaming. (2017). Obtenido de Como ganar dinero para una radio online: <https://www.usastreams.com/>
- Santos, D. V. (2012). *Fundamentos de la Comunicación*. Estado de México.
- T., C. J. (2017). *100 claves para la radio en línea: luces para un nuevo escenario radiofónico*. Ecuador: Quipus, Quito.

## ANEXOS

### INSTRUMENTO No. 1



**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**  
**ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**  
**LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



### Encuesta

### Epesistas 2017 a 2021

#### Instrucciones:

Las siguientes preguntas son confidenciales y solo serán utilizadas con fines estadísticos. Sus respuestas serán útiles para la investigación que trata sobre “Diseño y propuesta para la preproducción de la radio en línea, Radio E, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala”. A continuación, se presenta una encuesta, léala y responda cada una de las interrogantes marcando el círculo que corresponde a su respuesta.

Muchas gracias por su colaboración.

#### 1. Género

- Hombre
- Mujer

#### 2. ¿En qué municipio de Guatemala vive?

- Mixco
- Santa Catarina Pinula
- San José Pinula
- Guatemala
- Chinautla
- Palencia
- San José del Golfo
- San Pedro Sacatepéquez
- San Juan Sacatepéquez

- Chuarrancho
- San Raymundo
- Fraijanes
- Amatitlán
- Villa Nueva
- Villa Canales
- San Miguel Petapa
- San Pedro Ayampuc

**3. Indique su rango de edad**

- 18 a 20
- 21 a 25
- 26 a 30
- 31 a más

**4. Trabaja**

- Sí
- No

**5. ¿En qué año cerró su carrera técnica de Locución Profesional?**

**6. ¿En qué año cerró su carrera de Licenciatura?**

**7. ¿En qué año realizó su EPS?**

- 2017
- 2018
- 2019
- 2020 (Durante la pandemia del Covid-19)
- 2021 (Durante la pandemia del Covid-19)

**8. ¿Cree que Radio E, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC, tiene público o grupo objetivo?**

- Sí
- No

**9. Si indicó "No" indique por qué:**

**10. ¿Cómo fue que se enteró de Radio E?**

- Por medio de la página oficial ECC-USAC

- Agencia de noticias ECC-USAC
- Por medio de la Coordinación de EPS-Locución
- Al momento de realizar mis prácticas de EPS
- Redes Sociales
- Otra...

**11. Si fue por medio de Redes Sociales, indique cuales:**

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Otra...

**12. ¿Ha escuchado otras radios en línea?**

- Sí
- No

**13. Si su respuesta fue “Sí”, indique cuales:**

- Sí
- No

**14. Indique como fue transmitido su programa:**

- En diferido (pregrabado)
- En directo (presencial en cabina)

**15. Si fue diferido, indique por qué**

**16. Las actividades de preproducción en sus programas fueron:**

- Presencial
- Semipresencial
- No presencial
- Totalmente virtual

**17. Si fue “No presencial”, indique por qué:**

**18. ¿Planificó sus contenidos para la realización de sus programas, antes de salir al aire?**

- Sí
- No
- Solo en algunos programas

**19. Si su respuesta anterior fue “Sí”, indique cómo realizó la preproducción para su programa:**

**20. ¿Dónde aprendió sobre preproducción de programas de radio?**

- En mi etapa de estudios de la carrera técnica de locución
- Durante mi etapa de estudios de licenciatura en la ECC-USAC
- En el desarrollo de la fase de Complemento de EPS técnico
- En la Fase Propedéutica de EPS
- Con otros cursos especializados recibidos

**21. Si indicó “otros cursos especializados”, diga cuáles:**

**22. Seleccione 4 etapas de la preproducción que considere importantes para que los oyentes se interesen por un programa en directo o en diferido (pregrabado)**

- Definición del nombre del programa
- Selección de contenidos
- Jerarquización de contenidos
- Aplicación de la técnica doble círculo
- Preparación de los códigos sonoros (puentes, cortinas, etc.)
- Escaleta de producción
- Adecuada preparación del guión, segmentos y duración

**23. ¿Cómo podría mejorar la preproducción de programas en Radio E?**

- Enseñanza en los cursos vinculados a periodismo o redacción radiofónica
- Reforzamiento previo a la preparación de programas
- En la fase de complemento o propedéutico del EPS técnico
- Cursos especializados que desarrolle el Departamento de Extensión

**24. ¿Considera que es importante la preproducción para los programas de la radio?**

- Sí
- No

**25. Si su respuesta fue “Sí”, indique por qué:**

**26. ¿Diseñó modelos de preproducción para sus programas de radio?**

- Sí

- No

**27. Si su respuesta anterior fue afirmativa, explique cómo:**

**28. ¿Qué fue lo más importante al realizar sus programas en la etapa de preproducción en Radio E?**

- Hacer uso del equipo
- Aprender sobre el manejo del equipo virtual
- Instruirme sobre el uso de programación en diferido, Centova Cast
- Interactuar con la audiencia de forma directa
- Aprender a promocionar mis programas por medio de redes sociales
- Ilustrarme sobre las etapas de preproducción

**INSTRUMENTO No. 2**



**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



**Entrevista**

**Supervisores Radio E**

- 1. ¿Cuenta Radio E con un grupo objetivo y por qué?**
- 2. ¿Por qué es importante la preproducción en la elaboración de programas de radio E?**
- 3. ¿En qué etapa de la formación del estudiante de la carrera de locución debe formarse en el aprendizaje de la preproducción?**
- 4. Durante la producción de programas de los estudiantes de locución ¿cuál considera que es la etapa más importante?**
- 5. ¿Qué importancia tiene en la preproducción los puentes musicales, efectos y otros códigos sonoros?**
- 6. ¿Cómo se aplica la preproducción de programas en lo presencial, semipresencial o virtual?**
- 7. ¿Cómo detectar si los estudiantes cumplen la etapa de preproducción en sus programas?**
- 8. ¿Cómo se planifica la preproducción en la elaboración de programas radiales o formatos radiofónicos?**

**9. ¿Qué deben mejorar los estudiantes en la preproducción de programas en Radio E?**

**10. ¿Considera que los alumnos conocen sobre preproducción y la aplican en sus programas?**