



Universidad César Vallejo

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

Análisis de la realización de un programa de radio universitaria,
Lima 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTORA:

Pretell Muñoz, Krisell Alexandra (orcid.org/0000-0001-5701-5682)

ASESOR:

Dr. Medrano Carbajal, Adolfo Manuel (orcid.org/0000-0003-3167-967X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**LIMA – PERÚ
2023**

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi papá que está en el cielo, a mi mamá y a mis hermanos. Ellos han sido mi mayor fuente de apoyo y motivación a lo largo de mi vida académica. Su amor incondicional y constante aliento me han impulsado a alcanzar mis metas y perseguir mis sueños. Gracias por siempre creer en mí. Este logro también les pertenece.

- Krisell Pretell

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por darme fuerzas y sabiduría para no rendirme durante el proceso de mi investigación. Quiero expresar mi profundo agradecimiento a mi familia y a todas las personas que me brindaron su apoyo y contribuyeron de manera significativa en la realización de este trabajo. Su ayuda y colaboración fueron fundamentales para el éxito de este proyecto. También quiero agradecer a mi asesor, el Dr. Adolfo Medrano por su guía y orientación en todo el trayecto. Muchas gracias a todos.

- Krisell Pretell



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MEDRANO CARBAJAL ADOLFO MANUEL, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022

", cuyo autor es PRETELL MUÑOZ KRISSELL ALEXANDRA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 12.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 05 de Julio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MEDRANO CARBAJAL ADOLFO MANUEL DNI: 06294067 ORCID: 0000-0003-3167-967X	Firmado electrónicamente por: AMEDRANOC el 10- 07-2023 21:45:04

Código documento Trilce: TRI - 0573636

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Declaratoria de originalidad del asesor.....	iv
Declaratoria de autenticidad del autor	v
Índice de contenidos.....	vi
Índice de tablas.....	vii
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	6
III. METODOLOGÍA	18
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	18
3.2. Categorías, Subcategorías, códigos y matriz de categorización	19
3.3. Escenario de estudio	19
3.4. Participantes.....	20
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	21
3.6. Procedimientos.....	23
3.7. Rigor Científico	25
3.8. Método de análisis de la Información.....	27
3.9. Aspectos éticos	28
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	29
IV. CONCLUSIONES	56
V. RECOMENDACIONES	57
REFERENCIAS.....	58
ANEXOS	66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Entrevistados	20
Tabla 2. Materiales de estudio.....	21
Tabla 3. Ficha Técnica N° 1.....	24
Tabla 4. Ficha Técnica N° 2.....	24
Tabla 5. Aprobación de Expertos según la V de Aiken	26
Tabla 6. Ficha de resumen N°1	40
Tabla 7. Ficha de resumen N°2	44
Tabla 8. Ficha de resumen N°3	48

RESUMEN

El propósito de la investigación fue analizar las características de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022. El estudio tuvo un enfoque cualitativo y su diseño fue un estudio de casos. Los instrumentos utilizados incluyen las fichas de observación a los 4 programas de Comunidad PR, así como entrevistas realizadas a tres especialistas de la carrera de Ciencias de la Comunicación. Los resultados obtenidos mostraron que la mayoría de las características de la preproducción se cumplieron satisfactoriamente. En cuanto a la producción, destacó la supervisión del director y el lenguaje empleado por los locutores, aunque se identificó un problema en la mezcla de la musicalización con la locución. En relación a la postproducción, se observó que se automatizó todo el programa, sin embargo, no se realizaron emisiones de bites. Se concluyó que es de suma importancia cumplir con las tres etapas de producción para obtener un producto de calidad y de excelencia, logrando captar la atención de toda la comunidad universitaria. Dado que la preproducción es fundamental la planificación y organización. Durante la producción se lleva a cabo la grabación del programa. Por último, en la postproducción se realiza la edición y el procesamiento del material grabado.

Palabras clave: Etapas de producción, producción radiofónica, radios universitarias.

ABSTRACT

The purpose of the research was to analyze the characteristics of the realization of a university radio program, Lima 2022. The study had a qualitative approach and its design was a case study. The instruments used include the observation sheets of the 4 PR Community programs, as well as interviews with three specialists from the Communication Sciences career. The results obtained showed that most of the pre-production characteristics were satisfactorily fulfilled. As for the production, he highlighted the supervision of the director and the language used by the announcers, although a problem was identified in the mix of the musicalization with the locution. In relation to post-production, it was shown that the entire program was automated, however, no bit emissions were produced. It was concluded that it is extremely important to comply with the three stages of production to obtain a quality and excellent product, managing to capture the attention of the entire university community. Since pre-production planning and organization is essential. During production, the recording of the program takes place. Finally, in post-production, the editing and processing of the recorded material is carried out.

Keywords: Stages of production, radio production, university radios.

I. INTRODUCCIÓN

La radio es un medio de comunicación masivo que desempeña un papel fundamental en la sociedad, ya que establece una relación directa entre el emisor y el público con el propósito de informar. Es importante destacar que la radio se caracteriza por ser un medio de bajo costo de producción en comparación con otros, ya que la escucha radiofónica es gratuita, lo que permite a todos los oyentes acceder a ella y continuar con sus actividades diarias.

En la actualidad, la radio ha sobresalido a diferencia de otros medios debido a su amplio alcance de difusión. Esto se debe a que la radio es capaz de transmitir información de manera rápida e inmediata. Además, la audiencia de la radio ha experimentado un aumento significativo, no solo a través de las emisoras tradicionales, sino también mediante la transmisión vía streaming, lo que permite llegar a un mayor número de usuarios.

En relación a lo mencionado, a través de los servidores de streaming, la radio online tiene la capacidad de obtener información detallada sobre su audiencia. Según la AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación), en España se realizó por primera vez un estudio llamado EGM (Estudio General de Medios) en el año 2017. Los resultados revelaron que el 75,2% de los usuarios consumían servicios de radio online, siendo el público objetivo personas mayores de 14 años. Este porcentaje ha aumentado hasta alcanzar un 80,5% en el último año. Además, los resultados del estudio del EGM sobre la audiencia que escucha la radio vía streaming o en diferido indicaron que el 6,3% corresponde al streaming y el 1,6% al contenido en diferido.

McMahon (2019) examinó la relación entre la radio y Facebook en Irlanda durante el período comprendido entre 2011 y 2016, así como los cambios en los métodos de producción de radio, la participación de la audiencia y los medios a lo largo de los años. Se empleó un enfoque multimétodo que consideró las perspectivas de la audiencia, los productores y el contenido de los medios. Este

enfoque de investigación triangular permitió un análisis exhaustivo de la pregunta de investigación y la obtención de resultados objetivos. El estudio involucró entrevistas con expertos de la industria radiofónica irlandesa (N = 11) y observaciones directas de las actividades diarias de los presentadores/productores.

Este estudio incluyó un análisis de casos específicos relacionados con la gestión de redes sociales en el contexto de la producción de radio. Este estudio se considera relevante y útil para la enseñanza de la producción de radio en instituciones de educación superior. En otras palabras, se utilizará como recurso educativo para brindar a los estudiantes de radio conocimientos prácticos sobre cómo administrar y utilizar las redes sociales en el ámbito de la producción radiofónica.

Contreras & Aguaded (2018) mencionaron que mediante las radios universitarias se creó un acercamiento y participación ciudadana. Sin embargo, para alcanzar este objetivo requiere de un gran esfuerzo y compromiso. Una de las estrategias clave es fomentar la participación de todas las instituciones, involucrando a la sociedad en general, con el fin de lograr la expansión del emprendimiento y la difusión cultural.

Actualmente, los públicos juveniles muestran una mayor preferencia por los medios audiovisuales, ya que a través de ellos se pueden dar a conocer todas las oportunidades y beneficios que ofrece una universidad, logrando así un mayor acercamiento con la sociedad. En este contexto, las radios universitarias se presentan como una opción destacada, lo cual se encarga de establecer una comunicación directa con la comunidad estudiantil, difundiendo conocimientos e informando sobre actividades relacionadas con la institución académica.

Hasta el año 2017, en Perú existían únicamente 13 radios universitarias, las cuales se caracterizan por ofrecer una amplia variedad de contenidos, programación y objetivos, convirtiéndose en un medio ideal para compartir con toda la comunidad universitaria. En la ciudad de Lima, se encuentra una de estas

radios, conocida como Zona PUCP, perteneciente a la Pontificia Universidad Católica del Perú. Inicialmente, la radio comenzó como un taller dentro del curso de radio, pero actualmente cuenta con el respaldo y apoyo total de la universidad. Se ha convertido en un programa que transmite por internet durante cinco horas al día, llegando así a su audiencia que abarca desde la comunidad interna hasta egresados y personas interesadas en el contenido que la radio difunde.

Las radios universitarias tienen como objetivo principal formar parte de la experiencia educativa de los estudiantes, promoviendo la confianza y la colaboración entre ellos junto a la participación de los profesores y las áreas administrativas para difundir sus actividades. Según **Pinto & Pena (2017)** las radios universitarias están trabajando de alguna manera en responsabilidad social a través de sus programas, ya sea mediante contenidos comunitarios, la creación de espacios para grupos externos a la universidad o el apoyo a actividades de asociaciones u ONG a través de anuncios o promociones en su programación.

Por consiguiente, la Radio Dialnet, también conocida como RDN, es el nombre de la radio de la Universidad de San Martín de Porres que ha estado en producción durante nueve años siendo gestionada por la escuela de Ciencias de la Comunicación. Los contenidos emitidos son producidos por los propios estudiantes de la escuela, ofreciendo a la comunidad programas culturales y artísticos. La mayoría de los programas se transmiten en vivo a través de streaming en diversas plataformas digitales, como su sitio web oficial rdn.pe, Facebook, Instagram, Youtube y Twitter. Es importante destacar que al ser una radio universitaria, no se genera ingresos económicos.

Para formar parte de RDN, los estudiantes del 4º al 8º ciclo postulan cada seis meses con el fin de producir y emitir programas de diversas temáticas. El productor general de esta radio universitaria es el jefe del área de Comunicación Audiovisual, quien cuenta además con la colaboración de dos profesores de los ciclos IX y X. Estos docentes se encargan del contenido en turnos establecidos: uno cubre el horario matutino mientras que el otro se encarga del horario nocturno.

En relación a lo mencionado, uno de los programas que forma parte de esta radio universitaria es Comunidad PR (Public Relations: Relaciones Públicas). Se trata de un programa que se transmite todos los miércoles a las 14:00 horas a través de la página principal de RDN en Facebook, y su contenido está enfocado en temas relacionados con relaciones públicas y comunicaciones. Comunidad PR está dirigido tanto a los jóvenes universitarios de la USMP como a otros estudiantes interesados en la carrera de Ciencias de la Comunicación. Estos programas son producidos por los propios alumnos del Taller de Radio que abarcan desde el quinto hasta el décimo ciclo.

Por lo tanto, es de gran importancia investigar este trabajo, ya que proporcionará información amplia y servirá como base para establecer nuevas ideas y estrategias en el desarrollo de programas radiales universitarios. Además, esta investigación permitirá conocer en profundidad el proceso de producción y contribuirá a futuras investigaciones en el campo.

Es por ello que se planteó el **problema general** con la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las características de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022?

A continuación, tenemos los **problemas específicos**: ¿Cuáles son las características de la preproducción de un programa de radio universitaria, Lima 2022? ¿Cuáles son las características de la producción de un programa de radio universitaria, Lima 2022? ¿Cuáles son las características de la postproducción de un programa de radio universitaria, Lima 2022?

El presente trabajo se justifica debido a la necesidad de analizar las características de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022. El programa Comunidad PR tiene una gran importancia para la Universidad San Martín de Porres, ya que a través de su difusión académica logra llegar a toda la comunidad universitaria.

Esta investigación se llevó a cabo con el propósito de ampliar los conocimientos sobre cómo realizar las etapas de producción radial en el ámbito

universitario. Además, los resultados obtenidos serán un referente y un antecedente para mejorar el desempeño de otros investigadores de pregrado en la carrera de Ciencias de la Comunicación. Por lo tanto, este trabajo se convertirá en un instrumento válido y confiable para futuras investigaciones relacionadas con la producción, la radio y la universidad. Por último, este proyecto beneficiará tanto a las universidades como a los alumnos involucrados.

Como **objetivo general** se planteó lo siguiente: Analizar las características de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022.

Así mismo, como **objetivos específicos**, tenemos las siguientes: Identificar las características de la preproducción de un programa de radio universitaria, Lima 2022. Conocer las características de la producción de un programa de radio universitaria, Lima 2022 y por último estudiar las características de la postproducción de un programa de radio universitaria, Lima 2022.

II. MARCO TEÓRICO:

Con relación a nuestro trabajo de investigación se han encontrado diferentes investigaciones por distintos autores que nos ayudará a conocer con profundidad nuestro trabajo.

Encontramos antecedentes a **nivel nacional**:

Zulema et al. (2022) mencionaron que los medios de comunicación masiva cumplen funciones de gran importancia en la sociedad, como informar, entretener, generar opiniones y educar. La radio, en particular, desempeña un papel fundamental como facilitadora en la enseñanza, el aprendizaje y la mejora de la comunicación. A lo largo del tiempo, el desarrollo de las frecuencias de radio ha llevado a un aumento en su uso y a una mayor valoración de Internet. Esto ha permitido una conexión fluida y un mayor aspecto socializador, que se convierte en una vía de interacción con la audiencia, así como en el surgimiento de nuevos enfoques del lenguaje.

El objetivo del estudio fue examinar el impacto de los programas de radio en el desarrollo de habilidades de comunicación en los estudiantes de quinto año de secundaria en el colegio América International School.

En conclusión, el programa radial tiene un impacto significativo en el desarrollo de las habilidades comunicativas y fomenta la apreciación de la literatura y la adquisición de habilidades lingüísticas de los estudiantes de quinto año de secundaria. Asimismo, al interactuar con expresiones literarias presentes en el programa, los estudiantes también enriquecen su conocimiento literario y su capacidad para apreciar y analizar obras literarias.

Los autores **Albornoz et al. (2020)** destacaron que la actual revolución de la multimedia y el hipertexto ha creado un nuevo entorno en el que las personas tienen la capacidad de acceder a información a través de múltiples enlaces. Esta evolución ha llevado a la creación de un espacio en el que la inmediatez, la interacción y la comunicación a distancia son posibles con solo conectarse a Internet y sintonizar las emisiones de radio disponibles.

El objetivo principal fue mejorar los canales de comunicación a distancia para facilitar la interacción en la era moderna. Con este fin, se decidió implementar el uso de Facebook Live como una herramienta adicional para la transmisión de contenido radiofónico y su visualización por parte del público.

Los hallazgos obtenidos revelaron que las radios universitarias y la utilización de redes sociales como canales de difusión han tenido un impacto significativo en el intercambio de información entre las personas. Estas plataformas han facilitado la comunicación a distancia y han permitido que la información sea accesible de manera más amplia y rápida. Cada elemento de transmisión, ya sea un programa radial, un post en redes sociales o cualquier contenido difundido, ha contribuido al aumento de la comunicación a distancia.

Según **Ysacc (2019)** en la actualidad, la radio se reconoce como un medio de comunicación que cumple diversas funciones: informar, acompañar, educar y entretener, lo cual debería ser tenido en cuenta por los oyentes. Además, las transmisiones radiofónicas se identifican como el acto de emitir mensajes y comunicarse. Estos mensajes pueden generar reflexiones e imágenes mentales en la mente de los oyentes.

En la actual era de la comunicación, las emisoras desempeñan un papel crucial como herramientas de comunicación. Específicamente en el ámbito educativo, la radio se utiliza como un medio efectivo para difundir contenidos educativos y llegar a aquellos que no tienen acceso a una conexión en línea. Este enfoque tiene un impacto notable en varias esferas sociales de la comunidad, al tiempo que se busca constantemente introducir mejoras y novedades en el proceso.

El objetivo fue implementar la transmisión de radio en línea con el fin de alcanzar múltiples señales en todo el territorio peruano. Por lo tanto, se planteó como una valiosa alternativa para la radio en línea, al ser un medio eficaz para la comunicación académica.

Los datos recopilados evidenciaron la eficacia y los beneficios de la implementación de la radio en línea, ya que esta modalidad elimina las limitaciones geográficas y permite llegar a diversas áreas del territorio de manera efectiva. En

conclusión, la radio en línea presenta ventajas significativas al no requerir licencias para su transmisión, permitir la creación de audiencias selectivas y ofrecer programaciones más segmentadas y personalizadas. También es más fácil de transportar, ya que no se necesitan equipos voluminosos para llevar a cabo la emisión.

González (2019) analizó la radio online como una herramienta informática y de entretenimiento para los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú.

El objetivo del estudio fue dar a conocer dos aspectos de la radio online: informativo y de entretenimiento, dirigidos a diferentes públicos. El objetivo general fue analizar y asegurar que la radio online sea una herramienta de entretenimiento adecuada para los estudiantes de comunicaciones de la Universidad Tecnológica del Perú. El estudio utilizó un enfoque mixto, que incluyó una entrevista especializada y una encuesta en línea realizada a estudiantes de ciencias de la comunicación de la universidad.

Los resultados obtenidos durante el estudio determinaron que la radio online es una plataforma de entretenimiento adecuada para los alumnos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú en el año 2019. Además, se planteó una propuesta para un programa radiofónico universitario en modalidad virtual, con el objetivo de ofrecer a este público, principalmente jóvenes, un espacio de discusión sobre temas políticos y sociales, así como entretenimiento adaptado a sus gustos.

Pineda (2018) mencionó que la producción radiofónica es el punto de partida para la planificación de la investigación y creación de programas de radio que aborden temas de interés para la audiencia. En este proceso, se aplican diversas opciones de técnicas operativas, y es importante considerar una variedad de técnicas en las operaciones de producción radiofónica.

El objetivo fue garantizar la correcta aplicación de las técnicas en la producción radiofónica y fomentar la integración de emisoras a nivel nacional, con

el propósito de llevar programas de radio a todo el territorio peruano.

En conclusión, la producción radiofónica combina el uso de técnicas, conocimientos y recursos específicos para crear programas de radio atractivos, con el propósito de captar y mantener la atención de la audiencia mediante contenidos interesantes y una experiencia sonora envolvente. Cabe mencionar que, la planificación y la investigación son elementos clave en la producción radiofónica, ya que permiten establecer metas y obtener la información necesaria para crear y ejecutar programas de radio exitosos. Estas etapas son fundamentales para garantizar la calidad y efectividad de los contenidos radiofónicos.

La investigación también requirió de antecedentes a **nivel internacional**, por consiguiente, tenemos:

Ortiz et al. (2020) mencionaron que las radios universitarias tienen una amplia trayectoria internacional, especialmente en América Latina y algunos países europeos. Sin embargo, en España han surgido en el siglo XXI, en parte gracias a las oportunidades que brinda la convergencia de Internet y la tecnología. Actualmente, el panorama diverso de este medio de comunicación en el país incluye aproximadamente 30 emisoras. Esta situación ha generado un corpus de investigación centrado principalmente en el contenido, la programación y las posibles funciones sociales de estas emisoras, dejando un vacío en cuanto a la investigación sobre los equipos responsables de su realización.

Por lo tanto, se presentaron los resultados del artículo que aborda las competencias profesionales necesarias para la gestión de emisoras de radio universitarias en España. Como parte del estudio, se llevó a cabo una encuesta en línea a seis autoridades de distintas universidades españolas especializadas en comunicación y educación y también se complementó con entrevistas a dos directores de emisoras universitarias.

Como resultado, se destacó la importancia de las habilidades en programación, gestión y organización del trabajo, así como la relevancia

significativa de las habilidades sociales. Estos hallazgos resaltan la necesidad de actualizar los contenidos curriculares de las asignaturas pertinentes en las carreras universitarias para abordar adecuadamente estas habilidades.

Vázquez (2019) presentó un análisis de las estrategias utilizadas por las radios universitarias de México para lograr una comunicación efectiva con su audiencia, así como la incorporación de la web 2.0 en este medio de carácter social y cultural que abarca aproximadamente el 75% del país.

El objetivo de este estudio consistió en observar programas de comunicación pública de la ciencia y tecnología, centrándose en sus formatos, creatividad y canales de distribución. Estos programas buscan brindar la oportunidad a los usuarios de compartirlas y escucharlas en el momento y contexto que les resulte más conveniente.

Los hallazgos obtenidos establecieron que sólo el 14% de las emisoras ofrece esta posibilidad, y todas ellas pertenecen a institutos tecnológicos. Sin embargo, tres de estas emisoras gestionan toda su información a través de su página en la red social más utilizada en esta revisión de infraestructura digital, que es Facebook. Además, el uso del podcast, presenta múltiples ventajas como la sindicación, el almacenamiento y la descarga en dispositivos móviles, en algunos casos se limita a pesar de ser una de las principales formas de difusión de contenidos y un importante aliado de la radio actual.

Según **Ventín (2019)** en su artículo tuvo como objetivo determinar la importancia y el valor que los medios de comunicación tienen dentro de sus estructuras, con el fin de comprender el tipo de vínculo que mantienen para maximizar su perfil como miembros de estas instituciones. Se utilizó una metodología mixta, que combinó enfoques cuantitativos y cualitativos, y se empleó un enfoque correlacional en el estudio. Se presentaron temas relacionados con la tipología, la participación y el papel que desempeña el estudiante en las radios universitarias.

Los datos recopilados en el estudio revelaron que la radio universitaria es un medio en constante evolución y reconfiguración. Se observó que a medida que los

estudiantes tienen un mayor peso en la estructura productiva de este medio de comunicación, aumenta su capacidad y posibilidad de tomar decisiones en la gestión y producción de contenidos transmitidos. Por otro lado, cuando hay una menor presencia estudiantil, los resultados serán todo lo contrario.

Santos (2019) en su trabajo tuvo como objetivo examinar el carácter cultural y educativo de la radio universitaria como entorno propicio para el desarrollo de actividades prácticas relacionadas con la producción de contenidos informativos. La investigación buscará demostrar la implementación de prácticas experimentales, la utilidad de los conocimientos adquiridos en los estudios de periodismo y publicidad, así como la inclusión de la ciudadanía y la formación en el ámbito estudiantil dentro del campo de los medios de comunicación. Además, su objetivo general es evidenciar el papel fundamental de una radio universitaria en la formación de profesionales en el campo de la radio, y a través de esta formación, resaltar la importancia del rol del docente en la enseñanza y su contribución a la comunidad regional.

El estudio implementó mecanismos que permitieron fomentar la participación activa de estudiantes y profesionales del campo en el contexto de la radio universitaria. Esto significa que se establecieron estrategias o herramientas para que tanto los estudiantes como los profesionales tengan la oportunidad de expresar sus ideas, opiniones y contribuciones de manera activa y comprometida dentro del ámbito de la radio universitaria.

Coley (2018) analizó las prácticas de productores de radio independientes que se dedican a la creación de documentales musicales dirigidos a audiencias de radio comercial. El objetivo del estudio fue examinar cómo los avances en las herramientas de producción digital y la tecnología de transmisión han influido en este campo. Para ello, se utilizó una combinación de métodos de recopilación de datos, incluyendo entrevistas con profesionales de la industria y observaciones etnográficas realizadas como productor de radio independiente a lo largo de un periodo de producción de 5 años

En el contexto de la producción digital y la tecnología en línea, se han producido avances significativos que han facilitado el proceso de trabajo y han brindado la posibilidad de combinar diversas funciones en una sola tarea de producción. Estos avances tecnológicos han simplificado el flujo de trabajo al proporcionar herramientas más eficientes y accesibles, lo que permite a los profesionales realizar múltiples tareas en un mismo entorno de producción.

En la presente investigación, se utilizó la teoría de la comunicación digital interactiva, ya que según **Scolari (2008)** esta teoría se basa en una idea ampliamente aceptada por los investigadores de la comunicación, el surgimiento y la progresiva difusión de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación; por lo tanto, se está llevando a cabo una profunda transformación del sistema mediático.

La digitalización de la comunicación y la creación de una red mundial integrada en la que circula información, ha causado la aparición de nuevos tipos de comunicación, que el autor denomina como comunicación digital interactiva. Así mismo, este tipo de comunicación implica una participación activa por parte de los usuarios, quienes pueden interactuar y responder a la información que reciben.

Osorio (2019) determinó la importancia en la creación de hábitos lectores desde su aplicación por parte de las comunidades universitarias, siendo partícipes docentes, estudiantes y funcionarios como agentes creadores de contenido o en su rol de oyentes.

El objetivo de este trabajo fue demostrar la importancia de que este medio de comunicación utilice las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como un puente para llegar a la comunidad universitaria. Esto implica su función como herramienta promotora de información, formadora de lectores y proveedora de elementos para fomentar la conciencia lectora y motivar la investigación.

Durante el proceso de investigación, se constató que no solo las

universidades que tienen carreras de comunicación social y periodismo cuentan con estos modelos de herramientas TIC, de igual manera otras universidades han identificado en las emisoras virtuales un modelo de difusión de información y enseñanza. Por concluir, la propuesta incorporada requirió de planeación para desarrollar un programa radial de promoción de la lectura, donde se localice un objetivo en el cual se contemple el tipo de público al que va dirigido, según las características y normas establecidas en una etapa de diagnóstico, así como, su nivel educativo, sus costumbres, sus gustos o la carrera que estudia, entre demás temas.

Cabe mencionar, que hoy en día, las radios universitarias transmiten sus programas vía streaming de audio y en vivo por Facebook y también en otras plataformas digitales, logrando una mejor interacción con su comunidad universitaria y con el público interesado incrementando así su audiencia.

A continuación, se define la primera **categoría: “realización”**, de la presente investigación.

Kaplún (1999) resalta que las técnicas y prácticas de producción radiofónica son insuficientes sin un fundamento teórico. Especialmente cuando no consideramos la radio como un objetivo en sí mismo, sino como un medio para fines educativos.

Esta idea resalta la importancia de realizar un programa de radio, aplicando los conocimientos teóricos adquiridos para transmitir contenidos radiofónicos. Es fundamental considerar el público objetivo, los temas a tratar y el interés de la audiencia al crear un programa radial.

Asimismo, cabe mencionar que la realización de un programa de radio implica tener la capacidad de generar contenido que mantenga a la audiencia interesada, que transmita emociones auténticas y que sea innovador en su enfoque. Para lograrlo, es crucial establecer una conexión con los oyentes y ofrecer un contenido valioso y entretenido. Estos elementos son fundamentales

para lograr el éxito en la realización de un programa radial.

A continuación, se definió la **primera subcategoría: “preproducción”** de la presente investigación.

En esta primera etapa. **McLeish (1999)** mencionó que la preproducción es el proceso previo a la realización de un programa radial, que abarca la etapa de planificación y preparación. Comprende una serie de actividades como la generación de conceptos, la investigación, la selección de contenido, la redacción de guiones y la organización técnica y logística, entre otros aspectos esenciales para llevar a cabo una emisión radiofónica.

Por consiguiente, se hace mención a los **códigos** de la subcategoría **“preproducción”**:

Determinar al **público objetivo** también conocido como target se refiere al grupo de personas al que una marca, producto o campaña está dirigido. Es crucial que el productor o productora de radio conozca a fondo las necesidades y características de su audiencia, ya que esto le permitirá involucrarse de manera más efectiva y eficiente. Cuanto mayor sea el conocimiento sobre el target, mejores serán las estrategias de comunicación y la capacidad de satisfacer sus demandas específicas. **Bernstein & Woodward (1974)** añaden que en algunos programas buscan atraer a una audiencia general interesada en una amplia variedad de temas noticiosos, mientras que otros se enfocan en aspectos específicos.

El **género radiofónico**, por lo que **Keith (2010)** mencionó que se caracteriza por el tipo o categoría de contenido que se emite en un programa de radio. Engloba una variedad de formatos y estilos de programación que se adaptan a los distintos intereses y preferencias de los oyentes. Algunos ejemplos de géneros radiofónicos populares son noticias, programas de debate, música, drama, comedia, deportes y programas educativos.

Seleccionar un **horario de transmisión**, debe ser adecuado al público al que te vas a dirigir. **Araya (2005)** mencionó que también se debe separar la fecha, hora y frecuencia del programa. Es decir, si la programación es diaria, semanal, mensual, bimestral o en un horario especial. De modo que, en este proceso de diagnóstico también implica conocer a su audiencia.

La **pauta del programa**. **Sanguinetti & Pereyra (2016)** señalaron que el trabajo se basa de acuerdo al guion o pauta por lo que es ejecutada por todos los que participan en la transmisión en vivo. Pero desde que se terminó el trabajo previo, todo es perfecto en cada detalle y difuminado para crear una verdadera sinfonía. Puede que las cosas no salgan bien, por lo que debe tener la confianza suficiente para manejar los problemas que podrían enriquecer el producto: llamadas de los usuarios, comentarios de encargados de las redes sociales, eventos recientes y entre otros.

Por último, es necesario contar con los **materiales del set**, ya que son esenciales para llevar a cabo las operaciones de producción y transmisión de programas radiofónicos.

Ahora mencionamos a la **segunda subcategoría: “producción”**.

En esta segunda etapa, se debe tomar los elementos obtenidos en la primera etapa, es decir, el material recopilado para el programa y realizar el producto que desea obtener. La realización del programa se da de dos maneras ya sea grabado o en vivo.

Puesto que, **Albarracín (2003)** y **Bernal (2009)** estuvieron de acuerdo en que un programa de radio debe ser una producción organizada, planificando y evaluando el desempeño de la emisora para la mejora continua.

A continuación, mencionaremos a los **códigos** de la subcategoría **“producción”**:

La **supervisión**, puesto que el director hace su labor a lado del técnico desde la cabina donde se encuentran los equipos de grabación, en ocasiones también se encuentran dentro del locutorio donde están los micrófonos para dirigir.

Según **García (1980)** mencionó que el director es responsable de seleccionar el personal requerido para su grabación, asignar roles y marcar cada personaje adecuado para el desempeño que el director espera que sea explicada dependiendo del tipo de programa.

La **mezcla**, ya que la radio y la música siempre van de la mano. La música es el segundo elemento del discurso de la radio, y la forma en que se organiza la música en los programas puede variar según el mensaje que se desee transmitir a su audiencia.

Sanguinetti & Pereyra (2016) mencionaron que la música y la radio trabajan juntas para captar la atención del espectador que navega por el día. Los humanos siempre han sido esclavos de convertir los sonidos en ritmos, de convertir las palabras en canciones.

Por último, el **lenguaje**. Según **Balsebre (1994)** mencionaron lo siguiente; el lenguaje radiofónico se refiere a cómo codificamos los mensajes, es decir, cómo transmitimos los mensajes utilizando aspectos técnicos como la voz, la música, los efectos de sonido, los momentos de silencio o los micrófonos. Así es como nos acercamos a la otra persona, lo cual se siente identificado con uno mismo o con la radio.

Finalmente, tenemos la **tercera subcategoría “postproducción”**.

En esta tercera etapa también es conocida como edición, es la etapa en la que puedes corregir cualquier error que haya ocurrido durante la grabación.

Este paso se alimenta de un programa pregrabado e incluye corregir los

errores que se consideren necesarios, aumentar elementos como música o efectos y eliminar otros elementos que no contribuyen al programa.

Gómez et al. (2014) En la fase final, se lleva a cabo la purificación y mezcla de los archivos de audio. Se seleccionan las tomas correctas de locución y se mezclan con música, efectos de sonido y ambientes, siguiendo el orden establecido en los guiones. En esta etapa crucial, el producto radiofónico se consolida de manera creativa y dinámica, buscando una identificación natural con la audiencia objetivo. El proceso de edición desempeña un papel fundamental en este proceso.

A continuación, los **códigos** de la subcategoría “**postproducción**”:

Escoger las mejores tomas. McLeish (1996) mencionó que en el montaje y la edición es importante saber escoger con un orden específico. Así mismo, **comprimir el material**, de acuerdo al tiempo establecido del guion.

En consecuencia, la acción de edición corresponde al acto de elegir los escenarios sonoros apropiados y mezclarlos con la música, los efectos de sonido y el entorno en un orden específico.

Por ello, **Balsebre (2000)** señaló que la edición debe estar presente en la manipulación técnica, la intervención como factor importante en la confiabilidad semántica de la armonización del conjunto sonoro.

III. METODOLOGÍA:

Creswell (2014) mencionó que la metodología de investigación se refiere al enfoque sistemático y estructurado utilizado para llevar a cabo un estudio. Involucra la estrategia general y las técnicas utilizadas para recopilar, analizar e interpretar datos con el objetivo de abordar las preguntas u objetivos de investigación planteados. Asimismo, implica la selección y diseño de métodos de investigación, así como la implementación de procedimientos y técnicas adecuadas para la recopilación y análisis de datos.

3.1 Tipo y diseño de investigación:

3.1.1 Tipo de investigación:

El tipo de investigación fue **aplicada**. **Neuman (2014)** menciona que implica llevar a cabo investigaciones sistemáticas y prácticas con el propósito de resolver problemas específicos o abordar situaciones del mundo real. Se centra en la aplicación de conocimientos y métodos científicos con el fin de resolver problemas prácticos y mejorar las prácticas en diversas áreas] Por consiguiente, se pretende analizar la producción del programa.

Este estudio tuvo un **enfoque cualitativo**. **Denzin & Lincoln (2018)** este estudio analiza los fundamentos de la investigación cualitativa, su enfoque, planificación y las herramientas necesarias para su adecuada implementación.

Tiene como objetivo capturar la amplia variedad, la diversidad y los elementos contextuales particulares de un fenómeno utilizando enfoques como la realización de entrevistas, la observación directa, la participación en grupos de discusión y el análisis de datos textuales o visuales.

3.1.2 Diseño de investigación:

En la siguiente investigación se empleó un diseño de investigación de **estudio de caso**. Durán (2012) mencionó que el Estudio de casos abarca hechos, fenómenos, acontecimientos o situaciones particulares profundizando su contexto, lo que permite una mejor comprensión de la complejidad que tiene estos temas, por ello permite brindar un mayor aprendizaje del caso en estudio.

3.2 Categorías, Subcategorías, códigos y matriz de categorización:

Categoría 1: Realización.

Subcategoría 1.1: Preproducción.

- Código 1.1.1: Público objetivo
- Código 1.1.2: Género radiofónico
- Código 1.1.3: Horario de transmisión
- Código 1.1.4: Pauta del programa
- Código 1.1.5: Materiales del set

Subcategoría 1.2: Producción.

- Código 1.2.1: Supervisión
- Código 1.2.2: Mezcla
- Código 1.2.3: Lenguaje

Subcategoría 1.3: Postproducción.

- Código 1.3.1: Escoger las mejores tomas (*bites**)
- Código 1.3.2: Comprimir el material (*automatizar**)

3.3 Escenario de estudio:

La presente investigación tuvo como escenario de estudio el programa radial universitario “Comunidad PR” como medio principal para conocer su producción.

Este programa fue seleccionado debido a su destacada presencia en RDN, la radio de la Universidad de San Martín de Porres. Su contenido se dirige principalmente a la comunidad universitaria, en especial a los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación. Por esta razón, se centró en el estudio detallado de cada etapa de producción del programa. Cabe destacar que sus contenidos fueron emitidos a través de la plataforma de Facebook.

3.4 Participantes:

El investigador **Saldana (2013)** afirma que, en la investigación cualitativa, se eligen como participantes a individuos o grupos en base a su pertinencia en relación al tema de investigación y su capacidad para ofrecer datos valiosos y significativos.

A continuación, se presentan a los participantes y materiales que se tuvieron en cuenta para el análisis de esta presente investigación:

3.4.1 Entrevistados:

Tabla 1

Entrevistados

Entrevistados	Especialidad
José Arnaldo Reátegui León.	Magíster en periodismo y comunicación multimedia.
Luis Gabriel Merino Costa.	Licenciado en Ciencias de la Comunicación.
Renato Raúl Ronquillo Amaya.	Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Nota. Fuente de Sunedu

3.4.2 Materiales de estudio:

Tabla 2

Materiales de estudio

Fecha del programa	Tema del programa	Duración del programa
05 de octubre del 2022.	La sostenibilidad en las organizaciones.	26:53 min
12 de octubre del 2022.	Inserción laboral en Perú.	30:19 min
19 de octubre del 2022.	Marketing en la publicidad.	27:22 min
26 de octubre del 2022.	La sostenibilidad en las empresas.	27:05 min

Nota. Fuente: Plataforma de Facebook.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

3.5.1 Técnicas:

Russell (2011) mencionó que es un método específico utilizado para recolectar información en un estudio de investigación. Estas técnicas son una serie de pasos estructurados y organizados que ayudan al investigador a obtener conocimientos y descubrir nuevas direcciones de investigación. Son herramientas clave que permiten recopilar datos de manera sistemática y rigurosa, asegurando la calidad y la validez de los resultados obtenidos.

3.5.1.1 Observación:

Ellis (2004) mencionó que la técnica de observación en la investigación implica recopilar información de manera sistemática a través de la observación y estudio de los hechos que ocurren en la realidad. Además, implica observar y documentar de manera sistemática los comportamientos, interacciones o fenómenos dentro de un contexto específico.

En este estudio, se aplicó dicha técnica junto con el uso de una ficha de observación para recopilar datos relevantes sobre el tema en cuestión.

3.5.1.2 Entrevista:

Según **Stuart (1994)** mencionó que consiste en realizar entrevistas estructuradas o semiestructuradas para recolectar datos y obtener perspectivas de los participantes. Esta técnica permite a los investigadores obtener información, puntos de vista y experiencias de primera mano directamente de individuos o grupos.

En la presente investigación se aplicó como técnica la guía de entrevista a especialistas, para obtener la información necesaria.

3.5.2 Instrumentos:

Fowler (2014) mencionó que son las herramientas o medidas empleadas para recolectar datos. Es fundamental que estos instrumentos sean confiables, imparciales y válidos, ya que su falta de calidad comprometería su utilidad y los resultados obtenidos carecerían de credibilidad.

3.5.2.1 Guía de observación:

En la presente investigación se utilizó como instrumento la **guía de observación**. **Campos & Lule (2012)** afirmaron que la guía de observación es un instrumento útil para ayudar a los investigadores a posicionarse de manera ordenada en relación con su tema de investigación y recopilar información al respecto.

5.2.1 Guía de entrevista:

Para realizar esta investigación se elaboró una **guía de entrevista**.

Piza et al. (2019) mencionaron que la guía de entrevista se emplea con el propósito de que el investigador adquiera datos e información del individuo en estudio. Además, revela aspectos cognitivos de la persona y factores sociales que tuvieron un impacto en una realidad específica. De este modo, el entrevistador logró comprender de manera más accesible la experiencia vivida por el sujeto de estudio.

3.6 PROCEDIMIENTOS:

El procedimiento de este proyecto se realizó de la manera siguiente:

Para la recolección de datos en esta investigación, se aplicaron ambos instrumentos. Por ende, se realizó la guía de observación para los 4 programas de Comunidad PR. Así mismo, se realizaron entrevistas con especialistas en Ciencias de la Comunicación.

Tabla 3*Ficha técnica N°1 - Guía de Observación*

Nombre	Guía de observación para el análisis de Comunidad PR
Autora	Krisell Alexandra Pretell Muñoz
País	Perú
Año	2023
Administración	Investigadora
Duración	30 minutos por programa

Tabla 4*Ficha técnica N°2 - Guía de entrevista*

Nombre	Guía de entrevista para la obtención de datos
Autora	Krisell Alexandra Pretell Muñoz
País	Perú
Año	2023
Administración	Investigadora
Duración	30 minutos aprox. por entrevistado

3.7 Rigor científico:

3.7.1. Validez del instrumento:

En la presente investigación, los instrumentos fueron validados por 3 especialistas expertos en el tema: un magister, especializado en periodismo y comunicación multimedia; un licenciado en Ciencias de la Comunicación.

3.7.1.1. V de Aiken:

Según **Martin & Molina (2017)** indican que después de que los jueces expertos validen el instrumento, se lleva a cabo una revisión de la adecuación de los ítems y criterios utilizando el coeficiente de validación V de Aiken. Esta medida proporciona información sobre el porcentaje de jueces que expresan una evaluación positiva del objeto evaluado, lo cual puede conducir a sugerencias para revisar, mejorar o eliminar los ítems.

Para realizar este proceso se empleó la siguiente fórmula:

$$V = \frac{\chi - l}{k}$$

χ = media de calificaciones de los jueces l = valor de calificación más bajo de la escala k = rango de los valores posibles de la escala de valoración

Figura 1. Fórmula de validación con la V de Aiken

La presente investigación tuvo 10 preguntas en su instrumento. Así mismo, para la validación se tomaron en cuenta 3 criterios: relevancia, pertinencia y claridad por cada pregunta. Lo cual, fue validado por 3 profesionales expertos en Ciencias de la Comunicación. Por consiguiente, se muestra la tabla con el grado de validez por cada experto validador.

Tabla 5*Aprobación de expertos según la V de Aiken*

Jurados	V de Aiken	Interpretación
Mg. Denis Rubén García Gutiérrez	0.89	Válido
Mg. Julio Ygnacio Chávez Garrido	0.89	Válido
Mg. Alberto Garay Avendaño	0.89	Válido

3.7.2. Criterios de rigor científico:

Lincoln & Guba (1985) mencionaron que en la investigación cualitativa la existencia de estándares que comparten similitudes con los conceptos de confiabilidad y validez. Uno de los criterios de rigurosidad científica es la certeza, la cual se refiere a la confianza en la veracidad y autenticidad de los resultados.

Otros criterios incluyen la confiabilidad, que implica la estabilidad y consistencia del proceso de investigación y los obtenidos; la confirmabilidad, que se relaciona con la objetividad y neutralidad del investigador; y la transferibilidad, que se refiere a la aplicabilidad de los resultados a otros contextos o entornos.

En este sentido, se han establecido diversos criterios:

- En primer lugar, la **dependencia o consistencia lógica**, ya que se aplicaron dos técnicas de recolección de datos: mediante la guía de observación y la guía de entrevista que sirvió para el análisis de la producción del programa.

- En segundo lugar, se cumplió con la **credibilidad**, puesto que en esta investigación la entrevista y la observación se dio de manera objetiva.
- En tercer lugar, la **auditabilidad o confirmabilidad**, este criterio se aplicó, ya que la información obtenida de la guía de observación y de la guía de entrevista sirvió para adquirir los datos requeridos y para poder extraer conclusiones de la presente investigación.
- Por último, la **transferibilidad o aplicabilidad**, este criterio servirá como evidencia y apoyo para futuras investigaciones relacionadas con el tema.

3.8. Método de análisis de la información:

3.8.1. ANÁLISIS DE LAS GUÍAS DE OBSERVACIÓN:

Se requirió observar los cuatro programas de Comunidad PR para completar las guías de observación, siguiendo las subcategorías establecidas en la investigación.

La observación del programa se llevó a cabo a través de la plataforma de Facebook vía streaming.

3.8.2 Registro de entrevistas:

En cuanto a las entrevistas, se empleó la plataforma de Zoom Meetings, la cual facilitó la grabación de todas las entrevistas con el fin de analizarlas posteriormente.

Además, esta plataforma permitió una transcripción precisa sin pérdida de datos.

3.9 Aspectos éticos:

En esta investigación se establecieron los criterios de inclusión y exclusión, limitando los antecedentes y autores a un máximo de 5 años de antigüedad. Además, este proyecto presentó citas adecuadas en formato APA y se utilizaron fuentes bibliográficas que respaldan y validan la investigación. De esta manera, se garantiza que la información recopilada sea clara, creíble y se apliquen principios éticos para evitar el plagio.

Por lo que **Roig (2015)** definió el plagio como el acto de emplear el trabajo, las ideas o las palabras de otra persona sin otorgar el reconocimiento o la atribución correspondiente. Es considerado una falta ética y una violación a la integridad académica].

Con lo mencionado anteriormente, este trabajo está basado en los siguientes principios éticos:

- 3.9.1. La **beneficencia**, pues este principio trata de hacer el bien a los integrantes involucrados de la investigación.
- 3.9.2. La **no maleficencia**, consiste en no poner en riesgo y no hacer daño a ningún individuo durante la realización del trabajo.
- 3.9.3. La **autonomía**, este principio ético se refiere al hecho que toda persona tiene la libertad de decidir, siendo el responsable de sus acciones.
- 3.9.4. Por último, la **justicia**, que se refiere a la equitativa distribución de los beneficios de participar en la investigación.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN:

4.1 RESULTADOS:

Para un análisis adecuado en la investigación, se planteó el siguiente problema general: ¿Cuáles son las características de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022?

La guía de entrevista fue diseñada específicamente para especialistas en Ciencias de la Comunicación, quienes aportaron conocimientos sobre producción y radios universitarias.

Además, en las fichas de observación se registró información sobre los 4 programas de Comunidad PR, que incluyeron contenidos audiovisuales emitidos en octubre de 2022 a través de la página oficial de RDN por la plataforma de Facebook.

4.1.1. Entrevistas:

Posteriormente, se presenta un extracto de las entrevistas ya realizadas con los siguientes especialistas:

- José Arnaldo Reátegui León - Magíster en periodismo y comunicación multimedia - Universidad de San Martín de Porres.
- Luis Gabriel Merino Costa - Licenciado en Ciencias de la Comunicación - Universidad César Vallejo.
- Renato Raúl Ronquillo Amaya - Licenciado en Ciencias de la Comunicación - Universidad César Vallejo.

CATEGORÍA: Realización.

Subcategoría 1: Preproducción.

Código: *Público objetivo.*

PREGUNTA 1: ¿Estima usted que el contenido del programa resulta adecuado para su **público objetivo**, es decir los estudiantes universitarios?

“Si está enfocado en su público, ya que no solo es para los que están estudiando relaciones públicas sino también para algunos alumnos que están en ciclos inferiores y todavía no se deciden por alguna especialidad. El público se divide en (...) relaciones públicas(...)público que está indeciso que aún no sabe a qué especialidad irá (...)orientado a los jóvenes que no están en la universidad, pero a través de este programa podría alentarlos a estudiar comunicaciones (...) Si está orientado hacia su público objetivo”.

José Reátegui - Magíster en periodismo y comunicación multimedia.

“Sí, debido a que muchos de los temas tratados suelen alinearse como un reforzamiento de los cursos (...) relacionado a las relaciones públicas. También hacen mención algunos temas de comunicaciones (...). Así mismo, a través de ejemplos se puede mejorar la percepción de todos estos conocimientos (...)”.

Luis Merino - Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

“Con respecto a “Comunidad PR”, en mi opinión es un programa que no está adecuado para su público objetivo. Si bien es cierto los conductores son estudiantes (...) no hay una concordancia en lo que dice el uno y el otro, no hay continuidad en los temas, no hay un estilo de comunicación; (...) no vamos a lograr transmitir lo que queremos informar”.

Renato Ronquillo - Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

INTERPRETACIÓN: Los especialistas José Reátegui y Luis Merino concuerdan en que el contenido emitido en el programa se dirige adecuadamente a su público objetivo, que son todos los estudiantes universitarios, ya que aborda diversos temas relacionados con la carrera. Sin embargo, el especialista Renato Ronquillo tiene

una opinión contraria, ya que considera que la información proporcionada por los locutores carece de continuidad, lo que la hace inadecuada para su público.

Código: Género radiofónico.

PREGUNTA 2: ¿Considera que el **género** informativo es apropiado para los contenidos que emite dicho programa? ¿Por qué?

“Sí, es completamente valioso ya que si están informando y pues no es un programa dirigido sólo para profesionales de relaciones públicas (...) pueden escuchar, pero no es su público objetivo. (...) de esta manera se informa a los jóvenes que tienen nociones básicas (...) muchos de los comunicadores se inclinan a otras ramas como audiovisuales, periodismo, etc. y suelen olvidarse un poco sobre las relaciones públicas (...) Al escuchar el programa se logra entender sobre las relaciones públicas, (...) cambiar su percepción (...). De esta manera, se van derrumbando mitos (...) por eso la manera informativa me parece bien y es lúdica en la manera en cómo lo hacen”.

José Reátegui - Magíster en periodismo y comunicación multimedia.

“Sí, basándome con lo anterior mencionado, más allá del reforzamiento a través de diversos ejemplos, los chicos difunden herramientas que puedan complementar para su preparación como relacionistas públicos (...) también utilizan casos en base a la realidad actual. Una vez difundido a través de ejemplos los locutores comparten sus experiencias (...) en este espacio de Comunidad PR”.

Luis Merino - Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

“En este caso el programa está diseñado para ese género (...) no es el adecuado, la data y la continuidad tampoco es la adecuada. Considero que debería tener mejoras (...) buscar apoyo en material pre-grabado o pre-editado, para que no se sienta que un programa informativo es tan lineal”.

Renato Ronquillo - Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

INTERPRETACIÓN: Los entrevistados José Reátegui y Luis Merino están de acuerdo en que el género informativo del programa es apropiado. Argumentan que al abordar temas relacionados con las relaciones públicas y la comunicación, brinda

a los espectadores la oportunidad de adquirir un mayor conocimiento en estos ámbitos, respaldado con ejemplos. Sin embargo, el entrevistado Renato Ronquillo difiere, ya que considera que el programa no está diseñado para el tipo de contenido que se transmite y sugiere que se realicen mejoras.

Código: *Horario de transmisión.*

PREGUNTA 3: ¿El **horario** de emisión permite contar con una audiencia significativa? Por ello ¿Considera que debería tener otra emisión?

“No, porque a las dos de la tarde es un horario un poco complicado. En mi opinión, yo si cambiaría el horario (...). Considero que se acomodaría mejor en la mañana(...) o un sábado por la tarde. (...) no olvidemos que estos programas quedan registrados de manera digital como podcast en su página oficial de Facebook “RDN” (...) Así que definitivamente (...) hay muy baja sintonía. Creo que sí debería de ver otra emisión (...), todo sería de acuerdo a la respuesta del público”.

José Reátegui - Magíster en periodismo y comunicación multimedia.

“La hora en la que se transmite todos los miércoles, es un horario en el que la audiencia hace mucho tiempo ya está bajo esta costumbre (...) si hay disponibilidad para considerar otro día más de emisión cumpliendo con todas las medidas del taller, creo que sí deberían hacerlo, no creo que haya algún inconveniente.

Pero recuerdo que en la pandemia no solo salían los miércoles, sino también se repetían los fines de semana (...) También se podía ver las notas que se sacaba a través del post programa, en la que encuentran un pequeño resumen”.

Luis Merino - Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

“Yo creo que debería tener otro horario de emisión (...) Se podría hacer el estudio del público pico en las transmisiones(...) Media hora de transmisión está bien, pero si es que está bien estructurada y dividida para poder enganchar con la audiencia. En este caso, ellos dialogan seguido, sin ningún enganche en temas importantes o reflexionen sobre el tema”.

Renato Ronquillo - Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

INTERPRETACIÓN:

En esta pregunta, todos los participantes están de acuerdo que Comunidad PR debería tener un horario de emisión distinto. Sin embargo, consideran que antes de realizar cualquier cambio, se debería llevar a cabo un estudio para determinar la hora y el día en los que el público se adapta mejor.

Código: *Pauta del programa.*

PREGUNTA 4: ¿Qué aspectos debe contener una **pauta** para generar interés entre los receptores?

“Todo el equipo debe tener muy en claro que la pauta tiene un orden cronológico (...) un ejemplo sería: primero los conceptos de relaciones públicas, después tipos, casos exitosos, derrumbando mitos y todo esto tiene que estar de una manera cronológicamente ordenada(...) Por ello, es muy fundamental armar muy bien la pauta para los oyentes y para los que desarrollan el programa”.

José Reátegui - Magíster en periodismo y comunicación multimedia.

“Si bien es cierto el carácter del programa es un estilo clásico informativo que podría implementarse situaciones como ya mencioné al inicio, a través de los ejemplos, ya que es la mejor manera de aprender (...) requiere ejemplos visuales para tener una mejor llegada. Así mismo, la comprensión de sus ejemplos (...) de la vida diaria por así decirlo (...). Considero que esos elementos son cruciales para poder generar interés entre los receptores”.

Luis Merino - Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

“Para empezar con una pauta o estructura de radio, primero tenemos que (...) estudiar al público objetivo (...) Distribuir la pauta en tiempos cortos, en entrevistas, participaciones de un minuto y medio o dos, poner pequeños mensajes audiovisuales orientados que podrían ser de un minuto y pequeños poli - reportajes de dos minutos (...) tener una diversidad de material que pueda estar enganchado con tu público (...)”.

Renato Ronquillo - Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

INTERPRETACIÓN: Los entrevistados están de acuerdo en que la pauta es de suma importancia dentro de un programa, ya que debe estar cuidadosamente estructurada con un orden cronológico para lograr resultados positivos y generar interés entre los espectadores. Además, Luis Merino señala que agregar ejemplos visuales tiene un impacto aún mayor.

Código: *Materiales del set.*

PREGUNTA 5: ¿Qué tipo de **materiales** (equipos) debe contar un set de radio para producir un programa radial?

“Actualmente, en la radio es esencial contar con una mesa semicircular o en forma de u (...) Esta mesa debe tener de cuatro a cinco micrófonos (...). En la cabina se necesita una consola donde se conectan los micrófonos y así poder controlar los volúmenes, también para conectar la computadora que emite prácticamente todo lo que sale al aire (...), adicional un micrófono dentro de la cabina para hacer también la conducción desde allí”.

José Reátegui - Magíster en periodismo y comunicación multimedia.

“Se necesita una buena cantidad de supresor de picos o regletas (...). También un ecualizador, un amplificador (...) tener al menos dos micrófonos ya que es indispensable para poder tener una buena charla, un software que también funciona como medios profesionales (...) Hay plataformas como radio.com o zeno.fm, estos son medios online que permite ir más allá con tu emisión (...) por último los auriculares son importantes para los que hacen edición de audio”.

Luis Merino - Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

“Para empezar un programa radial debe contar con una cabina de radio (...) En un set puede haber dos micrófonos como mínimo y un tercero adicional (...) deben estar conectados a una consola de audio que individualiza los canales de audio. Esta misma consola tiene que ingresar a una computadora donde uno pueda recepcionar el audio general y poder generar este tipo de mezclas (...)”.

Renato Ronquillo - Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

INTERPRETACIÓN:

Todos los especialistas coinciden en que es fundamental que un set de radio cuente con micrófonos para los conductores, así como para los entrevistados en caso de haber alguno. Además, es necesario contar con un amplificador y computadoras desde las cuales se transmita el programa en vivo. José Reátegui agrega que la cabina debe contar también con un micrófono adicional para permitir la conducción desde adentro.

Subcategoría 2: Producción

Código: *Supervisión.*

PREGUNTA 6: ¿Cuáles son las funciones más importantes de un director para **supervisar** un programa radial?

“El director o productor es el responsable del programa, ya que se reúne con todo su equipo para proponer (...). Para ello, se tiene que armar un cronograma por lo menos de una semana con anticipación de lo que se hará (...). Así mismo, previamente el equipo se reúne para coordinar y se aprueba junto al director. Luego, delega las funciones de cada uno (...). Cabe mencionar, que el director también debe transmitir tranquilidad a su equipo y contar experiencia (...). En conclusión, el director toma las decisiones y también supervisa”.

José Reátegui - Magíster en periodismo y comunicación multimedia.

“El seguimiento o el monitoreo constante es muy crucial (...). La delegación (...) conforme va ejercitándose el trabajo en equipo dentro de la producción se tiene que delegar funciones. En algunos casos también se puede rotar algunas actividades (...) el director también tiene que estar presente para visualizar a los participantes que estén comprometidos con el proyecto. Así mismo, la organización del equipo que se encarga del contenido, debe estar pendiente de las actividades de clases como también estar actualizados a la tendencia en los medios. Con todo esto (...) en tan solo media hora de emisión (...) todos estos elementos ayudarán bastante que el proyecto pueda seguir en pie”.

Luis Merino - Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

“Primero establecer la idea general del programa: un nombre, el perfil (...) establecer un buen esquema o estructura y entablando como se quiere difundir (...). En este caso, tenemos que buscar una voz que locute, teniendo una voz rica para el oído llamando su atención al público. Es por ello, que el director debe tener en cuenta varios puntos como los temas de organización, estructura y cierta parte de esto va con la investigación para poder desarrollar los temas (...)”.

Renato Ronquillo - Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

INTERPRETACIÓN: En este aspecto, los entrevistados resaltan la importancia primordial de la función del director en un programa. El director es quien toma las decisiones y establece una buena organización con el equipo, supervisando que todo se desarrolle de manera correcta. Además, como responsable del equipo, debe asignar diferentes funciones a cada miembro para mantener el programa en marcha. José Reátegui agrega que el director también debe transmitir tranquilidad a su equipo de trabajo.

Código: *Mezcla.*

PREGUNTA 7: ¿Qué condiciones debe tener la **mezcla** entre la locución y la musicalización para lograr una óptima grabación del programa?

“La música tiene que estar muy relacionada con lo que se hablará. Cuando se da una cierta información (...) también es importante para reforzar y hacer dinámico el programa. Actualmente, en los programas donde hay entrevistas ya no se colocan muchas cortinas (...) es esencial planificar y elegir correctamente la música (...)”.

José Reátegui - Magíster en periodismo y comunicación multimedia.

“Más allá de la calidad del audio, es también la practicidad que uno pueda tener (...) puedes utilizar otras herramientas de software libres como slimfit y poder tener una muy buena calidad de audio.

Pero aquí es muy importante cuando pasamos a la mezcla, por ejemplo: una cortina en edición, no puede opacar la voz ni estar muy abajo(...) En la actualidad, hay un recurso radiofónico que no se utiliza mucho en programas hablados (...) y

es el silencio; el silencio también es importante (...) pues es un gran aliado. No necesariamente todas las piezas tienen que tener un efecto de transición (...). Se debe tener en cuenta el Software que elijamos (...) También ser muy específicos con los empalmes a la hora de editar (...).”

Luis Merino - Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

“La musicalización es el acompañamiento perfecto para una locución (...) La música que acompaña a la voz ayuda a tener una mayor recepción en el producto auditivo”.

Renato Ronquillo - Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

INTERPRETACIÓN: Todos los especialistas están de acuerdo en que la musicalización es crucial para complementar la locución. Es fundamental seleccionar cuidadosamente la música, ya que debe estar relacionada con el contenido que se abordará, lo que hace que el programa sea más dinámico. Luis Merino añade que el silencio también puede ser un gran aliado y que no se utiliza lo suficiente en muchos programas de entrevistas.

Código: *Lenguaje.*

PREGUNTA 8: ¿Qué tipo de ***lenguaje*** debe utilizar el locutor para captar la atención de la comunidad estudiantil?

“Se debe utilizar el lenguaje que utilizan los jóvenes entre los 14 y 24 años (...). El locutor debe estar dentro de ese rango de edad (...) entrar en confianza. Así mismo, el lenguaje debe ser muy dinámico, entretenido y a su vez no descuidar la parte informativa”.

José Reátegui - Magíster en periodismo y comunicación multimedia.

“Tiene que sonar a un amigo o una amiga (...) suena como un influencer de tik tok o sea alguien muy conocido con un lenguaje fluido para que el ambiente se sienta cómodo (...). Además, también tiene que ayudar muchísimo el aspecto de estar actualizado con el público (...) con más confianza, entonces eso ayuda bastante a que el lenguaje pueda complementarse con el público estudiantil (...)”.

Luis Merino - Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

“Más que el lenguaje que debe utilizar el locutor es la manera en cómo locutar, en primer lugar, entablar un diálogo vocalizando bien (...) Si es un público joven o mayor hay ciertos parámetros para informar; si es mayor se debe utilizar otro tipo de posturas o diálogos rebuscados (...).”

Renato Ronquillo - Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

INTERPRETACIÓN: Los entrevistados concuerdan en que los locutores deben utilizar un lenguaje jovial, especialmente porque su audiencia está conformada por estudiantes universitarios. De esta manera, se logra establecer una conexión de confianza con el público, sin descuidar la parte informativa del programa.

Subcategoría 3: Postproducción.

Código: *Escoger las mejores tomas (bites*).*

PREGUNTA 9: ¿Qué características debe tener la elección de los **bites** para conseguir un montaje y edición adecuados?

“Es importante porque refuerzan la información que quiero dar (...) 40 segundos a máximo 1 minuto, de esa manera se legitima la información que se está dando a los oyentes”.

José Reátegui - Magíster en periodismo y comunicación multimedia.

“En este caso creo que siempre hay que revisar los clips que vayamos a seleccionar (...) deben ser fracciones muy pequeñas y te quedas con la parte más importante (...) entre diez a veinte segundos dependiendo el contenido que tú quieras colocar (...) debe ser muy concreto, puntual e importante y que de esta manera te ayude a reforzar la idea que vas a decir (...).”

Luis Merino - Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

“Los bites son bien importantes (...) se tiene que saber escoger lo más esencial de la entrevista o de la acción realizada. El bite que se escoge tiene que ser continuo con la idea que se está consiguiendo en la entrevista (...).”

Renato Ronquillo - Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

INTERPRETACIÓN: Los especialistas coinciden en la importancia de seleccionar adecuadamente un "bite" (fragmento de video), ya que este debe reforzar la información que se está transmitiendo y, por lo tanto, debe ser breve. Es crucial elegir un fragmento corto y conciso.

Código: *Comprimir el material (automatizar*).*

PREGUNTA 10: ¿Considera que el material empleado en un programa radial debe ser **automatizado** para obtener un producto adecuado? ¿Por qué?

“La automatización sirve mucho para operar las 24 horas de los 7 días a las semanas (...) debería de ser un poco flexible, ya que hay ciertos programas que dan libertad a los conductores (...) respetando la pauta. Aun así, la automatización si es importante para toda la programación (...).”

José Reátegui - Magíster en periodismo y comunicación multimedia.

“Buena pregunta (...) sí tiene que ser automatizado, pero si hay algo que vaya a romper esta rutina también tiene que adecuarse de la mejor manera y así tener el producto adecuado que engancha a la gente y todo a base al ejercicio que tenga la productora encargada de este producto”.

Luis Merino - Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

“Si (...) porque nos permite a nosotros ayudar y mejorar el producto de una manera mucho más rápida y con una postura que cale en la audiencia para generar compromiso y que la persona pueda reconocer un programa (...).”

Renato Ronquillo - Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

INTERPRETACIÓN: Los entrevistados mencionan que la automatización en toda la programación es beneficiosa y contribuye a mejorar el desarrollo del producto. José Reátegui añade que la automatización debería ser manejable, pero siempre respetando la pauta establecida.

4.1.2 GUÍA DE OBSERVACIÓN:

A continuación, se mostrarán las tablas de resumen y se presentará una síntesis del análisis realizado a los 4 programas elegidos de Comunidad PR. Las tablas están divididas con su categoría y subcategorías según corresponda a sus objetivos planteados.

Cabe mencionar que el análisis completo de esta investigación está anexado en la parte final.

Objetivo 1: *Identificar las características de la preproducción de un programa de radio universitaria, Lima 2022.*

Tabla 6

Ficha de resumen N°1.

Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022						
PROGRAMAS	4					
Categoría	Subcategorías	Códigos	PREGUNTAS	SI	NO	OBSERVACIONES
REALIZACIÓN	PREPRODUCCIÓN	Público objetivo	¿Considera que el contenido del programa está orientado hacia su público objetivo ?	X		En todos sus programas, cumplen con todos los códigos establecidos. Se tiene en cuenta que el contenido está orientado hacia su público objetivo , que son los alumnos
		Género radiofónico	¿El género informativo elegido es apropiado para el tipo de contenido emitido?	X		
		Horario de transmisión	¿El horario en el que se transmite el programa tiene una audiencia			

			fidelizada?	X	<p>de comunicación. Además, el género elegido es el adecuado, ya que abordan temas informativos relacionados con relaciones públicas y comunicaciones.</p> <p>En cuanto al horario de transmisión, actualmente se emite todos los miércoles a las 2 de la tarde, lo cual ha generado una audiencia fiel. Sin embargo, se sugiere proponer otro horario de emisión para lograr una mayor aceptación del público y brindarles</p>
--	--	--	-------------	---	---

						mayor disponibilidad para conectarse. .
		Pauta del programa	¿La pauta está ordenada de acuerdo al género del programa?	X		El programa cumple con el orden establecido en la pauta , lo cual indica que está bien estructurado. Es importante destacar que la pauta se modifica cuando hay algún entrevistado, y en ese aspecto también se cumplen con cada secuencia designada.

		Materiales del set	¿Se cuenta con la infraestructura y los materiales del set para la realización de este programa de radio?	X	El programa cuenta con los materiales del set necesarios para llevar a cabo la transmisión y obtener un producto de calidad.
--	--	--------------------	--	---	---

INTERPRETACIÓN: En la primera ficha de resumen se han identificado las características de la preproducción del programa Comunidad PR, cumpliendo cada una de ellas. Durante esta etapa inicial se planificó minuciosamente todo el programa antes de su ejecución. A través del diagnóstico realizado, se logró identificar al público objetivo, que en este caso son todos los alumnos universitarios. Además, la elección del género informativo está estrechamente relacionada con el tipo de contenido que se emite.

El horario seleccionado para la transmisión fue cuidadosamente elegido para que los alumnos puedan conectarse. Asimismo, la programación basada en una pauta proporciona una estructura organizada al programa, lo que ha dado lugar a resultados satisfactorios. Por último, se cuenta con todos los materiales necesarios en el set para llevar a cabo el desarrollo de un programa radial de calidad.

Objetivo 2: Conocer las características de la producción de un programa de radio universitaria, Lima 2022.

Tabla 7

Ficha de resumen N°2.

Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022						
PROGRAMAS	4					
Categoría	Subcategorías	Códigos	PREGUNTAS	SI	NO	OBSERVACIONES
REALIZACIÓN	PRODUCCIÓN	Supervisión	¿El director realiza la supervisión para verificar la producción del programa?	X		El director cumple con su rol de supervisión durante todo el desarrollo del programa, incluso en situaciones virtuales, donde se encarga de monitorear activamente. Además, es importante destacar que el director se

						encarga de una distribución eficiente de tareas dentro del equipo para la producción del programa.
		Mezcla	¿La mezcla entre la locución y la musicalización permite una adecuada grabación?		X	El programa no logra una adecuada mezcla entre la musicalización y la locución, ya que la música seleccionada no es apropiada para el tipo de programa que se emite. No obstante, hubo una transmisión en la que no se utilizó música y el silencio se convirtió en un

						aliado importante para el desarrollo exitoso de una entrevista.
		Lenguaje	¿El lenguaje utilizado en el programa radial es adecuado para la audiencia?	X		Los locutores cumplen con utilizar un lenguaje adecuado, estableciendo una comunicación más jovial con la audiencia. Esto les permite transmitir confianza y establecer una conexión con su público.
<p>INTERPRETACIÓN: En la segunda ficha de resumen se presentaron las características de la producción del programa Comunidad PR. Esta etapa representa el resultado de un producto evaluado y organizado. Es relevante mencionar que el director desempeñó un papel fundamental en la supervisión de la ejecución del programa, asegurándose de que se</p>						

cumplieran los planes establecidos en conjunto con el equipo de producción. Además, el operador de audio se encargó de realizar la mezcla para crear un programa dinámico y captar la atención del público. Sin embargo, en los programas seleccionados, la elección de la música no fue adecuada en relación a los temas abordados por los locutores.

Por último, la calidad de la voz del locutor es importante, por lo tanto, el lenguaje utilizado se adaptó a la comunidad estudiantil a la cual se dirige el programa.

Objetivo 3: Estudiar las características de la postproducción de un programa de radio universitaria, Lima 2022.

Tabla 8

Ficha de resumen N°3.

Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022						
PROGRAMA	4					
Categoría	Subcategoría	Códigos	PREGUNTAS	SI	NO	OBSERVACIONES
REALIZACIÓN	POSTPRODUCCIÓN	Escoger las mejores tomas (bites*)	¿Los bites elegidos cumplen con la calidad requerida?		X	Ninguno de los programas seleccionados emite " bites " (pequeños fragmentos). Sin embargo, es importante mencionar que su inclusión sería beneficiosa, ya que estos fragmentos pueden reforzar la información que se

					está brindando.
		Comprimir el material (automatizar*)	¿El material está automatizado de acuerdo con el guion?	X	Todos los programas están automatizados siguiendo el guion establecido. No obstante, sería beneficioso tener un enfoque más flexible en relación a los locutores, permitiéndoles explayarse un poco más en su expresión.
<p>INTERPRETACIÓN: En la tercera ficha de resumen se examinaron las características de la postproducción del programa Comunidad PR. Durante esta etapa, que implica el montaje y la edición, se observó que los programas transmitidos no incluyeron "bites" (pequeños fragmentos). No obstante, todo el material está automatizado según el guion propuesto.</p>					

4.2 DISCUSIÓN:

La presente investigación tuvo como objetivo general “Analizar las características de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022”. Para ello, se utilizaron como materiales de investigación cuatro emisiones del programa "Comunidad PR", transmitidas a través de la radio RDN de la Universidad de San Martín de Porres. Estos programas se obtuvieron de su página oficial de Facebook y abarcaron desde el 5 de octubre hasta el 26 de octubre de 2022.

Además, se obtuvo información de tres expertos en comunicación mediante un guion de entrevistas. Entre ellos, el magister José Arnaldo, Reátegui León especialista en periodismo y comunicación multimedia. También el licenciado Luis Gabriel, Merino Costa, productor técnico del programa "Comunidad PR" en la Universidad de San Martín de Porres. Adicionalmente, se entrevistó al licenciado Renato Raúl, Ronquillo Amaya, actual productor de un programa de radio universitaria, con el fin de conocer su perspectiva sobre la realización de un programa radial.

La presente investigación tuvo como base a la teoría de la Comunicación Digital Interactiva, la cual indica que el surgimiento y la progresiva difusión Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TICs) son ampliamente aceptadas por los investigadores de la comunicación. Ello ha originado una profunda transformación del sistema mediático. **Scolari, (2008)** sostiene que la digitalización de la comunicación y la creación de una red mundial integrada, ha causado la aparición de nuevos tipos de comunicación, que el autor denomina como comunicación digital interactiva. Es decir, esta forma de comunicación implica la interacción activa entre los usuarios y los medios de comunicación a través de las tecnologías digitales que están cambiando el panorama mediático y las formas de comunicación en la sociedad actual.

Osorio (2019) complementa lo mencionado anteriormente al emplear el uso de las TIC permite a la radio universitaria fortalecer su papel como medio de comunicación y difusión de contenidos relevantes para la comunidad académica. Estas tecnologías ofrecen mayor interactividad, participación y acceso a la información, lo que contribuye a una comunicación más efectiva y una mayor conexión entre la radio y su audiencia universitaria.

Respecto de la **categoría de realización, Kaplún (1999)** destaca la importancia de contar con una base teórica sólida que respalde y oriente el uso de técnicas y prácticas en la producción radiofónica. Aunque estas técnicas son relevantes, no son suficientes por sí solas. Especialmente cuando se emplea la radio con fines educativos, se reconoce que el enfoque va más allá de simplemente crear programas de radio. El objetivo es utilizar la radio como una herramienta educativa, para lo cual se requiere contar con una comprensión teórica y fundamentos educativos sólidos. De esta manera, se puede aprovechar plenamente el potencial educativo de la radio.

Mediante las fichas de observación, se observó que el programa cumplió con las tres etapas de preproducción, producción y postproducción para la realización de un programa de radio universitaria. El programa utilizó teorías y fundamentos educativos bien establecidos para aplicar estratégicamente conocimientos, fomentar el aprendizaje y promover la participación activa de los estudiantes. Al emplear estos elementos, se utilizó la radio como una herramienta educativa efectiva para la realización de un programa radial.

Zulema et al. (2022) concuerda con dicha observación al señalar la importancia de la radio que cumple diversas funciones en la sociedad, tales como informar, entretener, generar opinión y educar. En ese contexto, resalta el papel de este medio masivo como una herramienta que facilita la enseñanza, el aprendizaje y mejora la comunicación en general. Asimismo, se observó el crecimiento frecuente del uso de la radio como un medio educativo y su influencia en la comunicación en la sociedad actual. Estos resultados respaldan la investigación, ya que demuestran que la información compartida en dicho programa enriquece los

conocimientos de los estudiantes universitarios. El programa no solo brinda la oportunidad de aprender, sino también de enseñar y educar.

También coincide con lo expuesto por **Ysacc (2019)** quien indica que la radio desempeña diversas funciones, tales como informar, acompañar, educar y entretener. Es crucial que los oyentes reconozcan su importancia en esos aspectos. Se resalta que las transmisiones radiofónicas son el medio por el cual se lleva a cabo la comunicación. Se destaca también que la radio se emplea como una herramienta para transmitir contenido educativo y alcanzar a aquellos sin acceso a internet, lo cual tiene un impacto significativo en distintos ámbitos de la sociedad. Además, se busca introducir mejoras y novedades en el proceso de comunicación radiofónica.

Acerca de la **subcategoría *preproducción***, las fichas de observación demuestran que el programa radial universitario sigue un proceso organizado antes de su ejecución, ya que es una etapa crucial en su realización. Asimismo, se evidenció la adecuada planificación y organización en la preproducción del programa "Comunidad PR" que tiene como ***público objetivo*** a los alumnos universitarios. En lo que corresponde al género informativo, está en línea con el tipo de contenido que se emite, mientras que el ***horario de transmisión*** se seleccionó para que coincida con un momento en el que los alumnos puedan sintonizar el programa. La programación se basó en una ***pauta*** que organiza la estructura del guion; además de contar con los ***materiales*** necesarios para su desarrollo.

Ortiz et al. (2020) destacan la importancia de las habilidades de programación, gestión y organización del trabajo junto con las habilidades sociales que desempeñan un papel crucial al actualizar los contenidos curriculares de asignaturas relevantes en programas universitarios. Esto reconoce la importancia de incorporar estas habilidades en la formación académica para asegurar una educación actualizada y acorde con las necesidades actuales del mercado laboral.

En ese sentido, el Mgtr. José Reátegui y el Lic. Luis Merino, expertos en la materia, coinciden en que el programa se orientó específicamente hacia los estudiantes universitarios, quienes constituyen su público objetivo. El programa se

enfocó a tratar una variedad de temas relacionados con la carrera, proporcionando información sobre aspectos de las relaciones públicas y las comunicaciones. Los entrevistados afirman que el enfoque informativo del programa es adecuado, ya que permitió a los estudiantes adquirir un mayor conocimiento sobre dichos temas mediante ejemplos que refuerzan la información presentada.

Los autores **Sanguinetti & Pereyra (2016)** coinciden en ello y destacan la importancia de contar con varios aspectos que influyen en la producción de un programa. Desde su perspectiva es fundamental comprender al público objetivo y adaptar la producción teniendo en cuenta sus características.

Sin embargo, el Lic. Renato Ronquillo discrepa con lo anterior al afirmar que la información brindada por los locutores carece de coherencia y no es apropiada para el público objetivo al que se dirigen. Asimismo, sostiene que el programa no está correctamente estructurado para el tipo de contenido que se presenta y propone la implementación de mejoras.

Es importante destacar que todos los especialistas coinciden en cambiar el horario del programa "Comunidad PR" y sugieren realizar un estudio para determinar el momento más adecuado. Además, destacan la importancia de la pauta del programa y la inclusión de ejemplos visuales para despertar el interés de los oyentes en la plataforma Facebook. También resaltan la necesidad de contar con una cantidad mayor de micrófonos para presentadores e invitados, así como amplificador y computadoras para la transmisión en vivo. José Reátegui sugiere tener un micrófono adicional en la cabina para conducir desde el interior.

Acercas de la **subcategoría producción**, se empleó la información recolectada previamente y se trabajó en la elaboración del programa con el objetivo específico en mente. En esta segunda etapa se hizo el análisis empleando los códigos de supervisión, **la mezcla y el lenguaje**. Los elementos mencionados anteriormente, permitieron la realización del programa radial.

Pineda (2018) sostiene que la producción de programas de radio constituye el inicio del proceso de planificación e investigación para su creación. Estos programas se enfocan en temas que resultan interesantes para la audiencia. En

ese sentido, la producción radiofónica emplea una amplia gama de opciones y técnicas en su funcionamiento. Es crucial que la producción tenga en cuenta diversas técnicas en sus actividades, dado que la radio ofrece diferentes posibilidades en este aspecto.

Albarracín (2003) y Bernal (2009) concuerdan en que es fundamental que un programa de radio sea producido de manera organizada. Esto implica realizar una planificación adecuada y evaluaciones periódicas del rendimiento de la emisora con el fin de lograr mejoras continuas. En resumen, se destaca la importancia de contar con una estructura y un proceso de trabajo bien definidos para garantizar la calidad y la eficiencia del programa de radio.

Durante la evaluación mediante las fichas de observación, se pudo analizar que cada programa cumplió con los elementos necesarios y logró obtener un resultado satisfactorio bajo la supervisión constante del director del programa. Aunque se reconoce la necesidad de mejoras en ciertos aspectos como la elección de la musicalización ya que debe estar relacionada de acuerdo al tema que están tratando para obtener una adecuada grabación. Asimismo, se observó que utilizaron un lenguaje adecuado, dirigiéndose a su público juvenil.

En este sentido, los tres entrevistados: el Mgtr. José Reategui, Lic. Luis Merino y el Lic. Renato Ronquillo coinciden en la importancia de la función de un director en un programa, ya que es quien toma decisiones y establece una organización eficiente con el equipo. Añaden que la musicalización es crucial para complementar la locución, ya que la música debe estar relacionada con los temas tratados. Además, concuerdan en que los locutores deben utilizar un lenguaje jovial para conectar con el público universitario, sin descuidar la parte informativa. Esto concuerda con **Balsebre (1994)** quienes hacen énfasis en la manera de comunicar los mensajes, es decir, cómo los expresamos mediante el uso de elementos técnicos vinculados a la voz, la música, los efectos de sonido, los silencios o el uso de los micrófonos, estableciendo una conexión con la otra persona para lograr una identificación tanto con nosotros mismos como con el medio de comunicación, en este caso, la radio.

Por último, acerca de la **subcategoría postproducción**, se observaron mediante las fichas de observación que, durante esta última etapa, que abarca el proceso de montaje y edición, los programas transmitidos no incorporaron "**bites**". Es importante destacar que, en algunas emisiones, se ampliaron en relación al tema propuesto, ya que no siempre es necesario seguir un orden estricto, siempre y cuando no se desvíe la información principal. A pesar de ello, todo el material se mantuvo **automatizado** siguiendo el guion establecido.

En ese sentido, los entrevistados: el Mgtr. José Reategui, el Lic. Luis Merino y el Lic. Renato Ronquillo coincidieron que la selección adecuada de un "bite" es crucial para reforzar la transmisión de información. Este fragmento debe ser breve y directo, por ello es importante agregar bites en el programa. Además, señalan que la automatización en la programación aporta beneficios y mejora el desarrollo del producto. Esto concuerda con lo señalado con **McLeish (1996)** cuando señala que el proceso de montaje y edición es fundamental para seleccionar el material (**bites**) en un orden específico. También se destaca la importancia de comprimir el material (**automatización**) de acuerdo con el tiempo establecido en el guion. Esto implica organizar de manera adecuada los elementos y ajustar su duración para cumplir con los requisitos temporales establecidos.

V. CONCLUSIONES:

La presente investigación llegó a las siguientes conclusiones:

- Las características de la realización de un programa de radio universitaria destacan el rol que cumplen las etapas de preproducción, producción y postproducción, ya que cada una desempeña un papel esencial en la creación y presentación de un contenido de excelencia. Esto permite un proceso ordenado y completo, desde la planificación y preparación, pasando por la grabación o emisión en vivo hasta la edición y entrega del contenido final, sin embargo, urge una campaña de marketing que permita una mayor difusión de dicha emisión.
- Las características de la preproducción de un programa de radio universitaria juegan un papel crucial en la planificación y organización de los contenidos que garantizan el éxito del programa. Esta etapa previa permite focalizar al público objetivo, elaborar una pauta coherente y seleccionar los temas según el género radiofónico elegido. No obstante, ello, resulta necesario realizar un estudio previo para re definir un horario de transmisión y ampliar la audiencia.
- Las características de la producción de un programa de radio universitaria desempeñan un rol central en la grabación, mezcla de sonido y transmisión en vivo. Además, es esencial mantener una comunicación efectiva y una coordinación fluida con los miembros del equipo, bajo la supervisión del director a fin de verificar la pauta y la emisión. Sin embargo, se identificó un problema en la mezcla de la musicalización y la locución, puesto que es necesario elegir la música adecuada de acuerdo con el tipo de contenido que se emite.
- Las características de la postproducción de un programa de radio universitaria garantizaron que se cumpla con una adecuada automatización según los estándares de calidad establecidos para una emisión radiofónica de corte académico. Pese a ello se pudo observar la carencia de uso de bites en los programas, los cuales son necesarios para fortalecer el producto final. Debido a que en esta etapa se perfecciona y se logra el producto final, listo para ser disfrutado por la audiencia.

VI. RECOMENDACIONES:

- Se recomienda a los futuros comunicadores en el ámbito de la producción audiovisual que, para la realización de un programa radial universitario, reconozcan el rol que cumplen las tres etapas (preproducción, producción y postproducción), ya que cada una de ellas desempeñan un papel esencial en la creación de un programa de radio de calidad.
- Se recomienda a los futuros productores realizar una adecuada planificación y organización para captar la atención del público y satisfacer las expectativas de la audiencia. Respecto a la elección del horario de transmisión, se sugiere llevar a cabo un estudio previo para determinar el día y la hora en los que el público se adapta mejor.
- Se recomienda a los futuros colegas que al realizar la producción se desarrolle de acuerdo a lo planificado y que se cumplan los objetivos establecidos. Cabe mencionar, que la mezcla entre la musicalización y la locución tiene que ser adecuada. Para ello, se propone seleccionar canciones o melodías que se ajusten al género, temática y público objetivo del programa, evitando que la música distraiga o no esté en sintonía con el contenido.
- Se recomienda a los futuros productores del campo audiovisual que, en la realización de la postproducción, deben cumplir con la automatización de acuerdo al guion establecido. Asimismo, se sugiere incluir bites, que son fragmentos cortos y concisos para reforzar la información que se comparte. Por último, es recomendable solicitar feedback de personas de confianza e incluso de la audiencia para recibir los comentarios y sugerencias para poder identificar áreas de mejora y realizar ajustes en futuros programas.

REFERENCIAS

- Albarracín, J. (2003). *Como diseñar un programa radial*. La pizarra, revista de comunicación práctica. Recuperado de <https://baixardoc.com/preview/manual-produccion-radio-5cca020d8fd80>
- Araya, C. (2005). *Géneros, Programas y formatos radiofónicos: Reflexiones para su distinción*. Costa Rica: Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva. Recuperado de http://costarica.elmaestroencasa.com/pecs/objetos/objeto_49.pdf
- AIMC. (2017). *1ª Ola EGM: el consumo de podcast en España representa el 1,6% de la escucha total de radio - AIMC*. Recuperado de https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2017/05/170419_egm_2017ola1.pdf
- Albornoz Falcón, C. L., & Luján Escribano, L. M. (2020). *Facebook Live, una nueva forma de consumir noticias. Una mirada al usuario digital peruano. Correspondencias & Análisis*, 9(2), 107-124. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7661094>
- Balsebre, A. (1994). *El lenguaje radiofónico*. España: Editorial Poligono el Montalvo. Recuperado de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/3762/mendoza_mjl.pdf?sequence=3&isAllowed=y

- Balsebre, A. (2000). *El lenguaje radiofónico*. Madrid. España: Ediciones Cátedra.
Recuperado de <https://www.uspceu.com/Portals/0/docs/oferta/master/mu-radio-cope/GD-10282-Estructura-Narrativa-Externa-21-22.pdf>
- Bernal, S. (2009). *Manual de capacitación en radio*. Santa Cruz: Unesco.
Recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000232868>
- Contreras-Pulido, P., & Aguaded, I. (2018). *Radios universitarias en la encrucijada. El caso de la regulación en Andalucía*. Revista Mediterránea de Comunicación / Mediterranean Journal of Communication. Recuperado de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/72026/6/ReMedCom_09_01_05.pdf
- Campos, G., & Lule, N. (2012). *Observation, a metody foring the estudy of reality. Xihmai*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3979972>
- Coley, S. (2018). *Freelance radio practice: production of music documentaries for commercial radio*. [Tesis doctoral, Birmingham City University]. Recuperado de <https://ethos.bl.uk/OrderDetails.do?uin=uk.bl.ethos.758576>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Recovered from https://www.ucg.ac.me/skladiste/blog_609332/objava_105202/fajlovi/Creswell.pdf
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. Recovered from <https://www.daneshnamehicsa.ir/userfiles/files/1/9-%20The%20SAGE%20Handbook%20of%20Qualitative%20Research.pdf>

Durán, M. (2012). *El estudio de caso en la investigación cualitativa*. Revista Nacional de Administración, 3(1), 121-134. Recuperado de <https://revistas.uned.ac.cr/index.php/rna/article/view/477/372>

Ellis C. (2004). *The Ethnographic I: A Methodological Novel about Autoethnography*. Recovered from https://books.google.com.pe/books/about/The_Ethnographic_I.html?id=gw0bhi3AIDAC&redir_esc=y#:~:text=The%20Ethnographic%20I%3A%20A%20Methodological%20Novel%20about%20Autoethnography,-Carolyn%20Ellis&text=Carolyn%20Ellis%2C%20the%20leading%20proponent,fictional%20graduate%20course%20she%20instructs.

Fowler, F. J. (2014). *Survey Research Methods*. Recovered from: <https://books.google.com.pe/books?id=CR-MAQAAQBAJ>

García, J. (1980). *La radio por dentro y por fuera*. Recuperado de: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/53840.pdf>

Gómez A. & Nájera M. (2014). *Producción de una radio revista juvenil para la radio mensaje a cargo de los estudiantes de la unidad educativa salesiana domingo savio de cayambe*. Universidad politécnica salesiana sede quito. Recuperado de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7176/6/UPS-QT05992.pdf>

Gonzales, A. (2019). *Radio online como herramienta de información y entretenimiento para los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Tecnológica del Perú en el 2019*. [Tesis de Bachiller]. Universidad Tecnológica del Perú. Recuperado de https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/4076/Andrea%20Gonzales_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2019_2.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Kaplún, M. (1999). *Producción de programas de radio*. Editorial Quipus.

Recuperado

de

<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=54479>

Keith M. (2010). *The Radio Station: Broadcast, Satellite & Internet*. Recovered from

https://ayomenulisfisisip.files.wordpress.com/2014/08/michael_c_keith_the_radio_station_broadcast_satellite_and_internet.pdf

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Recovered from

https://books.google.com.pe/books?id=2oA9aWINEoC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Martin, A. y Molina, E. (2017). *Valor del conocimiento pedagógico para la docencia*

en Educación Secundaria: diseño y validación de un cuestionario. Estudios pedagógicos (Valdivia), 43(2), 195-220. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07052017000200011>

McLeish, R. (1996). *Radio production: A manual for broadcasters (3ª ed.)*. Gran

Bretaña: Focal Press. Recovered from

<https://worldradiohistory.com/BOOKSHELF-ARH/Business/The-Technique-of-Radio-Production-McLeish-2nd-1988.pdf>

McMahon, D. (2019). *The economic, social & cultural impact of the social network site Facebook on the Irish radio industry, 2011-2016*. University of Derby.

Recovered from <https://repository.derby.ac.uk/item/926z6/the-economic-social-cultural-impact-of-the-social-network-site-facebook-on-the-irish-radio-industry-2011-2016>

McLeish, R. (1999) *Radio Production: A Manual for Broadcasters*. Recovered from https://www.abebooks.com/servlet/BookDetailsPL?bi=30738815206&searchurl=an%3Dmcleish%2Brobort%26sortby%3D17%26tn%3Dradio%2Bproduction%2Bmanual%2Bbroadcasters&cm_sp=snippet- -srp1- -image1

Neuman, L. S. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson Education Limited. Recovered from <https://letrunghieutvu.yolasite.com/resources/w-lawrence-neuman-social-research-methods-qualitative-and-quantitative-approaches-pearson-education-limited-2013.pdf>

Ortiz, S., et al. (2020). *Competencias profesionales para la gestión de emisoras universitarias en España*. Recuperado de: https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719367X2021000100110&script=sci_abstract

Osorio Rodríguez, H. A. (2019). *La radio virtual universitaria de Bogotá como medio para la promoción de lectura*. [Tesis de titulación, Universidad de La Salle]. Recuperado de: https://ciencia.lasalle.edu.co/sistemas_informacion_documentacion/287

Pinto Zúñiga, R., & Pena, D. M. (2017). *La responsabilidad social a través de las ondas universitarias españolas*. *Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social, Disertaciones*, 10(1), 158-176. Recuperado de: <https://revistas.urosario.edu.co/xml/5115/511552608010/index.html>

- Pineda, M. D. (2018). *Trabajo de Suficiencia Profesional para Obtener el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación*. Universidad de San Martín de Porres. Lima. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12727/3656>
- Piza-Burgos, N., Amaiquema-Marquez, F., & Beltrán-Baquerizo, G. (2019). *Métodos y técnicas en la investigación cualitativa*. Revista Conrado, 15(70), 455-459. Recuperado de <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/1162/1167>
- Roig, M. A. (2015). *Avoiding Plagiarism, Self-Plagiarism, and Other Questionable Writing Practices: A Guide to Ethical Writing*. Recovered from <https://ori.hhs.gov/sites/default/files/plagiarism.pdf>
- Russell H. (2011). *Research Methods in Anthropology: Qualitative and Quantitative Approaches*. Recovered from https://books.google.com.pe/books/about/Research_Methods_in_Anthropology.html?id=Ngg-MNMH1YoC&redir_esc=y
- Saldana, J. (2013). *The Coding Manual for Qualitative Researchers*. Recovered from <https://emotrab.ufba.br/wp-content/uploads/2020/09/Saldana-2013-TheCodingManualforQualitativeResearchers.pdf>
- Sanguinetti, S., & Pereyra, M. (2016). *Vocación de Radio. Procesos de Producción*. Ed. Brujas, Córdoba, Argentina. Recuperado de: https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5102/NOLT_E_RM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Santos, I. (2019). *Rádio universitária na Amazônia paraense: um estudo das rádios Unama FM e rádio Web UFPA*. [Tesis de Maestría]. Pontificia Universidad Católica de São Paulo. Recovered from <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/22440>
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. *Mesoamérica*, 7(13), 1-23. Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/view/36726/35562>
- Stuart R. (1994). *Learning from Strangers: The Art and Method of Qualitative Interview Studies*. Recovered from: https://books.google.com.pe/books/about/Learning_from_Strangers.html?id=_SLm6AAAAIAAJ&redir_esc=y
- Vázquez Guerrero, M. (2019). *Las radios universitarias de México y sus estrategias para comunicar la ciencia en internet*. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 12(2), 50-64. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.6550>
- Ventín Sánchez, J. A. (2019). *El estudiante en la estructura productiva de la radio universitaria colombiana*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(2), 1191-1203. <https://doi.org/10.5209/esmp.64833>
- Ysacc, M. J. (2019). *Tesis para obtener el grado de Bachiller: La radio online un medio eficiente de Comunicación*. Universidad Peruana Union. Recuperado de: https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/2370/Jhonatan_Trabajo_Bachillerato_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Zulema, D. L., Saavedra, A. C., Luby, D. L., & Ysabel, O. C. (2022). *Medio de comunicación radial y competencias comunicativas en estudiantes del Perú*. *Revista de Ciencias Sociales*, 392, 1-20. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8471699>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022

Formulación del problema	Objetivos del programa	Categoría	Subcategorías	Códigos	Método
PROBLEMA GENERAL: ¿Cuáles son las características de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022? PROBLEMAS ESPECÍFICOS: ¿Cuáles son las características de la preproducción de un programa de radio	OBJETIVO GENERAL: Analizar las características de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022 OBJETIVOS ESPECÍFICOS: Identificar las características de la	REALIZACIÓN	PREPRODUCCIÓN	Público objetivo Género radiofónico Horario de transmisión Pauta del programa Materiales del set	Tipo de investigación: Aplicada.
			PRODUCCIÓN	Supervisión Mezcla Lenguaje	Enfoque: Cualitativo.
			POSTPRODUCCIÓN	Escoger las mejores tomas (bites*) Comprimir el material (automatizar*)	Diseño: Estudio de caso.

universitaria, Lima 2022?	preproducción de un programa de radio universitaria, Lima 2022
¿Cuáles son las características de la producción de un programa de radio universitaria, Lima 2022?	Conocer las características de la producción de un programa de radio universitaria, Lima 2022
¿Cuáles son las características de la postproducción de un programa de radio universitaria, Lima 2022?	Estudiar las características de la postproducción de un programa de radio universitaria, Lima 2022

Unidad de análisis:

4 programas emitidos en octubre del 2022 en el programa Comunidad PR.

Técnicas:

Observación y entrevista.

Instrumentos:

Guía de observación y guía de entrevista.

Anexo 2: Matriz de categorización apriorística

Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022		
Categoría	Subcategorías	Códigos
REALIZACIÓN	PREPRODUCCIÓN	Público objetivo
		Género radiofónico
		Horario de transmisión
		Pauta del programa
		Materiales del set
	PRODUCCIÓN	Supervisión
		Mezcla
		Lenguaje
	POSTPRODUCCIÓN	Escoger las mejores tomas (bites*)
		Comprimir el material (automatizar*)

Anexo 3: instrumentos

A. Guía de observación:

GUIA DE OBSERVACIÓN N° X						
Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022						
Categoría	Subcategorías	Códigos	PREGUNTAS	SI	NO	OBSERVACIONES
REALIZACIÓN	PREPRODUCCIÓN	Público objetivo	¿Considera que el contenido del programa está orientado hacia su público objetivo ?			
		Género radiofónico	¿El género informativo elegido es apropiado para el tipo de contenido emitido?			
		Horario de transmisión	¿El horario en el que se transmite el programa tiene una audiencia fidelizada?			
		Pauta del programa	¿La pauta está ordenada de acuerdo al género del programa?			
		Materiales del set	¿Se cuenta con la infraestructura y los materiales del set para la realización de este			

			programa de radio?			
INTERPRETACIÓN:						

GUIA DE OBSERVACIÓN N° X						
Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022						
Categoría	Subcategorías	Códigos	PREGUNTAS	SI	NO	OBSERVACIONES
REALIZACIÓN	PRODUCCIÓN	Supervisión	¿El director realiza la supervisión para verificar la producción del programa?			
		Mezcla	¿La mezcla entre la locución y la musicalización permite una adecuada grabación?			
		Lenguaje	¿El lenguaje utilizado en el programa radial es adecuado para la audiencia?			
INTERPRETACIÓN:						

GUIA DE OBSERVACIÓN N° X

Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022

Categoría	Subcategorías	Códigos	PREGUNTAS	SI	NO	OBSERVACIONES
REALIZACIÓN	POSTPRODUCCIÓN	Escoger las mejores tomas (bites*)	¿Los <i>bites</i> elegidos cumplen con la calidad requerida?			
		Comprimir el material (automatizar*)	¿El material está <i>automatizado</i> de acuerdo con el guion?			
INTERPRETACIÓN:						

B. Guía de entrevista:

Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022			
Categoría	Subcategorías	Códigos	PREGUNTAS
REALIZACIÓN	PREPRODUCCIÓN	Público objetivo	¿Estima usted que el contenido del programa resulta adecuado para su público objetivo , es decir los estudiantes universitarios?
		Género radiofónico	¿Considera que el género informativo es apropiado para los contenidos que emite dicho programa? ¿Por qué?
		Horario de transmisión	¿El horario de emisión permite contar con una audiencia significativa? Por ello ¿Considera que debería tener otra emisión?
		Pauta	¿Qué aspectos debe contener una pauta para generar interés entre los receptores?
		Materiales del set	¿Qué tipo de materiales (equipos) debe contar un set de radio para producir un programa radial?
	PRODUCCIÓN	Supervisión	¿Cuáles son las funciones más importantes de un director para supervisar un programa radial?
		Mezcla	¿Qué condiciones debe tener la mezcla entre la locución y la musicalización para lograr una óptima grabación del programa?
		Lenguaje	¿Qué tipo de lenguaje debe utilizar el locutor para captar la atención de la comunidad estudiantil?

	POSTPRODUCCIÓN	Escoger las mejores tomas (bites*)	¿Qué características debe tener la elección de los bites para conseguir un montaje y edición adecuados?
		Comprimir el material (automatizar*)	¿Considera que el material empleado en un programa radial debe ser automatizado para obtener un producto adecuado? ¿Por qué?

Anexo 4: Certificado de validación de instrumento por juicio de experto

Certificado de validez de contenido del instrumento (Guía de observación)

Título: Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022

MD: Muy Deficiente (1)

D: Deficiente (2)

A: Aplicable (3)

MA: Muy Aplicable (4)

N°	CATEGORÍA: REALIZACIÓN	RELEVANCIA				PERTINENCIA				CLARIDAD				SUGERENCIAS
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
SUBCATEGORÍA 1: PREPRODUCCIÓN														
1	¿Considera que el contenido del programa está orientado hacia su público objetivo ?				X				X				X	-
2	¿El género informativo elegido es apropiado para el tipo de contenido emitido?				X				X				X	-
3	¿El horario en el que se transmite el programa tiene una audiencia fidelizada?				X				X				X	-

4	¿La pauta está ordenada de acuerdo al género del programa?				X					X			X	-
5	¿Se cuenta con la infraestructura y los materiales del set para la realización de este programa de radio?				X					X			X	-
SUBCATEGORÍA 2: PRODUCCIÓN														
6	¿El director realiza la supervisión para verificar la producción del programa?				X					X			X	-
7	¿La mezcla entre la locución y la musicalización permite una adecuada grabación?				X					X			X	-
8	¿El lenguaje utilizado en el programa radial es adecuado para la audiencia?				X					X			X	-
SUBCATEGORÍA 3: POSTPRODUCCIÓN														
9	¿Los bites elegidos cumplen con la calidad requerida?				X					X			X	-
10	¿El material está automatizado de acuerdo con el guion?				X					X			X	-

Automatización es el término técnico para referir al correcto manejo de las herramientas técnicas para nivelar la locución y la musicalización, efectos, cuñas, etc. Debido a ello se generan las figuras de fade in, out, entrelazado, etc. Todo para obtener un producto adecuado, detectando los niveles/planos de audio.

(Guía de entrevista)

MD: Muy Deficiente (1)

D: Deficiente (2)

A: Aplicable (3)

MA: Muy Aplicable (4)

N°	CATEGORÍA: REALIZACIÓN	RELEVANCIA				PERTINENCIA				CLARIDAD				SUGERENCIAS
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
1	¿Estima usted que el contenido del programa resulta adecuado para su público objetivo , es decir los estudiantes universitarios?				X				X				X	-
2	¿Considera que el género informativo es apropiado para los contenidos que emite dicho programa? ¿Por qué?				X				X				X	-
3	¿El horario de emisión permite contar con una audiencia significativa? Por ello ¿Considera que debería tener otra emisión?				X				X				X	-

4	¿Qué aspectos debe contener una pauta para generar interés entre los receptores?				X				X			X	-
5	¿Qué tipo de materiales (equipos) debe contar un set de radio para producir un programa radial?				X				X			X	-
SUBCATEGORÍA 2: PRODUCCIÓN													
6	¿Cuáles son las funciones más importantes de un director para supervisar un programa radial?				X				X			X	-
7	¿Qué condiciones debe tener la mezcla entre la locución y la musicalización para lograr una óptima grabación del programa?				X				X			X	-
8	¿Qué tipo de lenguaje debe utilizar el locutor para captar la atención de la comunidad estudiantil?				X				X			X	-
SUBCATEGORÍA 3: POSTPRODUCCIÓN													
9	¿Qué características debe tener la				X				X			X	-

	elección de los bites para conseguir un montaje y edición adecuados?											
10	¿Considera que el material empleado en un programa radial debe ser automatizado para obtener un producto adecuado? ¿Por qué?			X			X				X	-

Observaciones: -

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador: Mgtr. Denis Rubén García Gutiérrez. **DNI:** 72084242

Especialidad del validador: Producción audiovisual / Dirección e investigación cinematográfica (RENCA*).

**Registro Nacional de la Cinematografía y el Audiovisual - DAFO - Ministerio de Cultura del Perú*

Fecha: 29 de abril del 2023.



Firma del Experto Informante

Certificado de validez de contenido del instrumento
(Guía de observación)

Título: Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022

MD: Muy Deficiente (1)

D: Deficiente (2)

A: Aplicable (3)

MA: Muy Aplicable (4)

N°	CATEGORÍA: REALIZACIÓN	RELEVANCIA				PERTINENCIA				CLARIDAD				SUGERENCIAS
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
SUBCATEGORÍA 1: PREPRODUCCIÓN														
1	¿Considera que el contenido del programa está orientado hacia su público objetivo ?				X				X				X	-
2	¿El género informativo elegido es apropiado para el tipo de contenido emitido?				X				X				X	-
3	¿El horario en el que se transmite el programa tiene una audiencia fidelizada?				X				X				X	-
4	¿La pauta está ordenada de acuerdo al género del programa?				X				X				X	-

5	¿Se cuenta con la infraestructura y los materiales del set para la realización de este programa de radio?				X						X	-
SUBCATEGORÍA 2: PRODUCCIÓN												
6	¿El director realiza la supervisión para verificar la producción del programa?				X						X	-
7	¿La mezcla entre la locución y la musicalización permite una adecuada grabación?				X						X	-
8	¿El lenguaje utilizado en el programa radial es adecuado para la audiencia?				X						X	-
SUBCATEGORÍA 3: POSTPRODUCCIÓN												
9	¿Los bites elegidos cumplen con la calidad requerida?				X						X	-
10	¿El material está automatizado de acuerdo con el guion?				X						X	-

Automatización es el término técnico para referir al correcto manejo de las herramientas técnicas para nivelar la locución y la musicalización, efectos, cuñas, etc. Debido a ello se generan las figuras de fade in, out, entrelazado, etc. Todo para obtener un producto adecuado, detectando los niveles/planos de audio.

(Guía de entrevista)

MD: Muy Deficiente (1)

D: Deficiente (2)

A: Aplicable (3)

MA: Muy Aplicable (4)

N°	CATEGORÍA: REALIZACIÓN	RELEVANCIA				PERTINENCIA				CLARIDAD				SUGERENCIAS
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
1	¿Estima usted que el contenido del programa resulta adecuado para su público objetivo , es decir los estudiantes universitarios?				X				X				X	-
2	¿Considera que el género informativo es apropiado para los contenidos que emite dicho programa? ¿Por qué?				X				X				X	-
3	¿El horario de emisión permite contar con una audiencia significativa? Por ello ¿Considera que debería tener otra emisión?				X				X				X	-

4	¿Qué aspectos debe contener una pauta para generar interés entre los receptores?				X				X			X	-
5	¿Qué tipo de materiales (equipos) debe contar un set de radio para producir un programa radial?				X				X			X	-
SUBCATEGORÍA 2: PRODUCCIÓN													
6	¿Cuáles son las funciones más importantes de un director para supervisar un programa radial?				X				X			X	-
7	¿Qué condiciones debe tener la mezcla entre la locución y la musicalización para lograr una óptima grabación del programa?				X				X			X	-
8	¿Qué tipo de lenguaje debe utilizar el locutor para captar la atención de la comunidad estudiantil?				X				X			X	-
SUBCATEGORÍA 3: POSTPRODUCCIÓN													
9	¿Qué características debe tener la				X				X			X	-

	elección de los bites para conseguir un montaje y edición adecuados?												
10	¿Considera que el material empleado en un programa radial debe ser automatizado para obtener un producto adecuado? ¿Por qué?			X				X				X	-

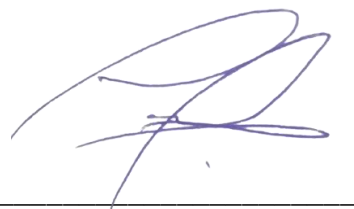
Observaciones: -

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador: Mgtr. Julio Ygnacio Chávez Garrido. **DNI:** 09676053

Especialidad del validador: Docencia Universitaria.

Fecha: 02 de mayo del 2023.



Firma del Experto Informante

Certificado de validez de contenido del instrumento
(Guía de observación)

Título: Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022

MD: Muy Deficiente (1)

D: Deficiente (2)

A: Aplicable (3)

MA: Muy Aplicable (4)

N°	CATEGORÍA: REALIZACIÓN	RELEVANCIA				PERTINENCIA				CLARIDAD				SUGERENCIAS
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
SUBCATEGORÍA 1: PREPRODUCCIÓN														
1	¿Considera que el contenido del programa está orientado hacia su público objetivo ?			x				x				x		-
2	¿El género informativo elegido es apropiado para el tipo de contenido emitido?			x				x				x		-
3	¿El horario en el que se transmite el programa tiene una audiencia fidelizada?			x				x				x		-
4	¿La pauta está ordenada de acuerdo al género del programa?			x				x				x		-

5	¿Se cuenta con la infraestructura y los materiales del set para la realización de este programa de radio?			x							x		-
SUBCATEGORÍA 2: PRODUCCIÓN													
6	¿El director realiza la supervisión para verificar la producción del programa?			x								x	-
7	¿La mezcla entre la locución y la musicalización permite una adecuada grabación?			x								x	-
8	¿El lenguaje utilizado en el programa radial es adecuado para la audiencia?			x								x	-
SUBCATEGORÍA 3: POSTPRODUCCIÓN													
9	¿Los bites elegidos cumplen con la calidad requerida?			x								x	-
10	¿El material está automatizado de acuerdo con el guion?			x								x	-

Automatización es el término técnico para referir al correcto manejo de las herramientas técnicas para nivelar la locución y la musicalización, efectos, cuñas, etc. Debido a ello se generan las figuras de fade in, out, entrelazado, etc. Todo para obtener un producto adecuado, detectando los niveles/planos de audio.

(Guía de entrevista)

MD: Muy Deficiente (1)

D: Deficiente (2)

A: Aplicable (3)

MA: Muy Aplicable (4)

N°	CATEGORÍA: REALIZACIÓN	RELEVANCIA				PERTINENCIA				CLARIDAD				SUGERENCIAS
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
1	¿Estima usted que el contenido del programa resulta adecuado para su público objetivo , es decir los estudiantes universitarios?			x				x				x		-
2	¿Considera que el género informativo es apropiado para los contenidos que emite dicho programa? ¿Por qué?			x				x				x		-
3	¿El horario de emisión permite contar con una audiencia significativa? Por ello ¿Considera que debería tener otra emisión?			x				x				x		-

	elección de los bites para conseguir un montaje y edición adecuados?												
10	¿Considera que el material empleado en un programa radial debe ser automatizado para obtener un producto adecuado? ¿Por qué?			x				x				x	-

Observaciones: -

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador: Mgtr. Alberto Garay Avendaño

DNI: 16022908

Especialidad del validador: Ciencias de la Comunicación

Fecha: 07 de mayo del 2023.



Firma del Experto Informante

Anexo 5: Validación de instrumento con la V de Aiken

Dirección de investigación – UCV – Filial Lima Este

<i>Max</i>	4	$V = \frac{\bar{x} - l}{k}$	$V = V$ de Aiken \bar{X} = Promedio de calificación de jueces k = Rango de calificaciones (Max-Min) l = calificación más baja posible
<i>Min</i>	1		
<i>K</i>	3		

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Con valores de V Aiken como $V = 0.70$ o más son adecuados (Charter, 2003).

		J1	J2	J3	Media	DE	V Aiken	Interpretación de la V
PREGUNTA 1	Relevancia	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
	Pertinencia	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
	Claridad	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
PREGUNTA 2	Relevancia	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
	Pertinencia	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
	Claridad	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
PREGUNTA 3	Relevancia	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
	Pertinencia	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
	Claridad	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
PREGUNTA 4	Relevancia	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
	Pertinencia	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
	Claridad	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
PREGUNTA 5	Relevancia	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
	Pertinencia	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
	Claridad	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
PREGUNTA 6	Relevancia	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
	Pertinencia	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
	Claridad	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
PREGUNTA 7	Relevancia	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
	Pertinencia	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
	Claridad	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
PREGUNTA 8	Relevancia	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
	Pertinencia	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
	Claridad	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
PREGUNTA 9	Relevancia	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
	Pertinencia	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
	Claridad	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
PREGUNTA 10	Relevancia	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
	Pertinencia	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido
	Claridad	4	4	3	3.6667	0.58	0.89	Válido

ANEXO 6: TRANSCRIPCIÓN DE LAS ENTREVISTAS

Entrevista a José Arnaldo Reátegui León (Magíster en periodismo y comunicación multimedia).

1. ¿Estima usted que el contenido del programa resulta adecuado para su *público objetivo*, es decir los estudiantes universitarios?

Si está enfocado en su público, ya que no solo es para los que están estudiando relaciones públicas sino también para algunos alumnos que están en ciclos inferiores y todavía no se deciden por alguna especialidad. El público se divide en: número uno, el público que ya está en relaciones públicas; número dos y el más principal, es para el público que está indeciso que aún no sabe a qué especialidad irá y número tres está orientado a los jóvenes que no están en la universidad pero a través de este programa podría alentarlos a estudiar comunicaciones para ser un relacionista público. En ese sentido, el contenido si está orientado hacia su público objetivo.

2. ¿Considera que el *género informativo* es apropiado para los contenidos que emite dicho

programa? ¿Por qué?

Si, es completamente valioso ya que si están informando y pues no es un programa dirigido sólo para profesionales de relaciones públicas que ya conocen conceptos por lo que vienen trabajando desde hace muchos años en ello. Aunque, de igual manera pueden escuchar, pero no es su público objetivo.

¿Por qué es necesario informar?

Porque de esta manera se informa a los jóvenes que tienen nociones básicas o no conocen las relaciones públicas, dado que muchos de los comunicadores se inclinan a otras ramas como audiovisuales, periodismo, etc. y suelen olvidarse un poco sobre las relaciones públicas, entonces lo que se hace en el programa es definir su terminación, conocer sus especialidades, saber los términos que utilizan y el porqué de estos, ya que hay un desconocimiento que se cree que las relaciones públicas simplemente es el comunicado con los públicos externos, pero es mucho más que eso. Al escuchar el programa se logra entender que son las relaciones públicas, no solo son conceptos sino también que conozcan que este campo no es aburrido y así poder cambiar su percepción de que está relacionado

con tener que vestirse formal, pero todo tiene un porqué. De esta manera, se van derrumbando mitos y complementando conceptos para las personas que no sepan nada del tema o tengan algún desconocimiento, por eso la manera informativa me parece bien y es lúdica en la manera en cómo lo hacen.

3. ¿El horario de emisión permite contar con una audiencia significativa? Por ello ¿Considera que debería tener otra emisión?

No, porque a las dos de la tarde es un horario un poco complicado. En mi opinión, yo si cambiaría el horario, pero no sé porque motivo es que eligieron esa hora ya que es la hora del almuerzo. Considero que se acomodaría mejor en la mañana cuando se está haciendo actividades o un sábado por la tarde. Así que, como radio en vivo a esa hora, no es la adecuada pero no olvidemos que estos programas quedan registrados de manera digital como podcast en su página oficial de Facebook "RDN"; ya que ahí podemos encontrar todas las emisiones del programa Comunidad PR y verlas cuando uno pueda y las veces que

quiera. Así que definitivamente en la radio no es un buen horario la franja de entre las once de la mañana y cinco de la tarde de emisión donde hay muy baja sintonía. Creo que sí debería de ver otra emisión, empezando por ampliar una hora semanal y dependiendo como vaya el feedback con el público poder aumentar un día más o un fin de semana, todo sería de acuerdo a la respuesta del público.

4. ¿Qué aspectos debe contener una pauta para generar interés entre los receptores?

Todo el equipo debe tener muy en claro que la pauta debe tener un orden cronológico de cómo se irá desarrollando los contenidos del programa. Si estamos hablando de relaciones públicas, un ejemplo sería: primero los conceptos de relaciones públicas, después tipos, casos exitosos, derrumbando mitos y todo esto tiene que estar de una manera cronológicamente ordenada para que todo se entienda y el oyente no se pierda. Por ello, es muy fundamental armar muy bien la pauta para los oyentes y para los que desarrollan el programa.

5. ¿Qué tipo de materiales

(equipos) debe contar un set de radio para producir un programa radial?

Actualmente, en la radio es esencial contar con una mesa semicircular o en forma de U para que las personas puedan sentarse y verse los rostros mientras conversan. Esta mesa debe tener de cuatro a cinco micrófonos si en caso van a tener invitados y no tener que pasarse uno solo; esto es por el lado de la mesa de conducción. En la cabina se necesita una consola donde se conectan los micrófonos y así poder controlar los volúmenes, también para conectar la computadora que emite prácticamente todo lo que sale al aire. En sí se usan dos computadoras, una para la programación de la radio y otra cuando el programa está en vivo, adicional un micrófono dentro de la cabina para hacer también la conducción desde allí.

6. ¿Cuáles son las funciones más importantes de un director para supervisar un programa radial?

El director o productor es el responsable del programa, ya que se reúne con todo su equipo para proponer ideas; por ejemplo: este

miércoles haremos esto, el siguiente aquello, etc. Para ello, se tiene que armar un cronograma por lo menos de una semana con anticipación de lo que se hará y una vez que se eligen los temas se coloca en el cronograma para luego ir rellenando en los programas. Así mismo, previamente el equipo se reúne para coordinar y se aprueba junto al director. Luego, delega las funciones de cada uno y finalmente en el momento del programa, él está en la cabina o afuera escuchando y supervisando para que todo salga bien junto a su asistente para que tome nota si en caso hay algún error.

Cabe mencionar, que el director también debe transmitir tranquilidad a su equipo y contar experiencia para estar preparado para desempeñar diferentes funciones si en caso se requiere. En conclusión, el director toma las decisiones y también supervisa.

7. ¿Qué condiciones debe tener la mezcla entre la locución y la musicalización para lograr una óptima grabación del programa?

La música tiene que estar muy relacionada con lo que se hablará. Cuando se da una cierta información, la música tiene que complementar de alguna manera sobre lo que se esté

hablando, también es importante para reforzar y hacer dinámico el programa. Actualmente, en los programas donde hay entrevistas ya no se colocan muchas cortinas. De igual manera, es esencial planificar y elegir correctamente la música, teniendo alternativas y por qué se está eligiendo.

8. ¿Qué tipo de lenguaje debe utilizar el locutor para captar la atención de la comunidad estudiantil?

Se debe utilizar el lenguaje que utilizan los jóvenes entre los 14 y 24 años que está dentro del público al que se dirige. El locutor debe estar dentro de ese rango de edad, si en caso es una persona un poco mayor pues debe de adaptarse al lenguaje que actualmente tienen los jóvenes para poder entrar en confianza. Así mismo, el lenguaje debe ser muy dinámico, entretenido y a su vez no descuidar la parte informativa.

9. ¿Qué características debe tener la elección de los *bites* para conseguir un montaje y edición adecuados?

Es importante porque refuerzan la información que quiero dar. Puesto que, se está complementando con lo

que se dice y solo se utiliza entre 40 segundos a máximo 1 minuto, de esa manera se legitima la información que se está dando a los oyentes.

10. ¿Considera que el material empleado en un programa radial debe ser *automatizado* para obtener un producto adecuado?

¿Por qué?

La automatización sirve mucho para operar las 24 horas de los 7 días a las semanas. Sin embargo, no podemos ser tan robotizados, no se debería automatizar todo; debería de ser un poco flexible, ya que hay ciertos programas que dan libertad a los conductores para explayarse en base al límite, pero respetando la pauta. Aun así, la automatización si es importante para toda la programación y que el proceso de la radio siga su transcurso.

Entrevista a Luis Gabriel Merino Costa (Licenciado en Ciencias de la Comunicación).

1. ¿Estima usted que el contenido del programa resulta adecuado para su *público objetivo*, es decir los estudiantes universitarios?

Sí, debido a que muchos de los temas tratados suelen alinearse como un reforzamiento de los cursos específicos

que tienen los alumnos en cada ciclo relacionado a las relaciones públicas. También hacen mención algunos temas de comunicaciones que están relacionados con la radio, televisión, publicidad, etc. Así mismo, a través de ejemplos se puede mejorar la percepción de todos estos conocimientos ya sea en la sesión de clases como también en la emisión del programa.

2. ¿Considera que el género informativo es apropiado para los contenidos que emite dicho programa? ¿Por qué?

Sí, basándome con lo anterior mencionado, más allá del reforzamiento a través de diversos ejemplos, los chicos difunden herramientas que puedan complementar para su preparación como relacionistas públicos. Si bien es cierto, mencionan casos como situaciones de crisis que es un tema muy frecuente, pero también utilizan casos en base a la realidad actual. Una vez difundido a través de ejemplos los locutores comparten sus experiencias dentro de estos casos para poder reforzar lo compartido en este espacio de Comunidad PR.

3. ¿El horario de emisión permite contar con una audiencia significativa? Por ello ¿Considera que debería tener otra emisión?

La hora en la que se transmite todos los miércoles, es un horario en el que la audiencia hace mucho tiempo ya está bajo esta costumbre. Puesto que, a las dos de la tarde permite llegar a más gente pero si hay disponibilidad para considerar otro día más de emisión cumpliendo con todas las medidas del taller, creo que sí deberían hacerlo, no creo que haya algún inconveniente.

Pero recuerdo que en la pandemia no solo salían los miércoles, sino también se repetían los fines de semana, si no me equivoco todos los sábados por la mañana. Para esta situación creo que no se ha gestionado ello, pero de todas maneras dentro del público al que nos dirigimos sí estaba situado estos dos horarios y la gente se conectaba para ver la emisión. También se podía ver las notas que se sacaba a través del post programa, en la que encuentran un pequeño resumen.

4. ¿Qué aspectos debe contener una pauta para generar interés entre los receptores?

Si bien es cierto el carácter del programa es un estilo clásico

informativo que podría implementarse situaciones como ya mencioné al inicio, a través de los ejemplos, ya que es la mejor manera de aprender. Y si estamos en un medio de rama multimedia que es lo que hace Comunidad PR porque también se transmite en la plataforma de Facebook, requiere ejemplos visuales para tener una mejor llegada. Así mismo, la comprensión de sus ejemplos es tomar como ejemplo de la vida diaria por así decirlo dentro del perfil que tiene el relacionista público para que de esta manera pueda asociar rápido los ejemplos y ambos se pueda complementar dentro de la estructura de una pauta. Considero que esos elementos son cruciales para poder generar interés entre los receptores.

5. ¿Qué tipo de *materiales* (equipos) debe contar un set de radio para producir un programa radial?

Se necesita una buena cantidad de supresor de picos o regletas, las cuales puedan recibir todos los dispositivos que vamos a utilizar entre estos encontramos una consola al menos de cuatro canales con dos canales de salida, esto se

puede encontrar a un precio muy accesible. También un ecualizador, un amplificador el cual te va a permitir hacer el registro de un mejor audio, tener al menos dos micrófonos ya que es indispensable para poder tener una buena charla, un software que también funciona como medios profesionales.

Hay plataformas como radio.com o zeno.fm, estos son medios online que permite ir más allá con tu emisión o con tu público masivo sin tener temas de publicidad y así mismo te da la facilidad de tener un asistente piloto, por último los auriculares son importantes para los que hacen edición de audio.

6. ¿Cuáles son las funciones más importantes de un director para *supervisar* un programa radial?

El seguimiento o el monitoreo constante es muy crucial, es decir, por más que un programa sea una vez a la semana, apenas termina ya se tiene que ver el tema siguiente para la próxima emisión. La delegación, es decir, uno como director al inicio puede estar muy involucrado con todo, pero conforme va ejercitándose el trabajo en equipo dentro de la producción se tiene que delegar funciones. En algunos casos también se puede rotar algunas actividades, por ejemplo: quien estuvo

en locución ahora pasa a investigar o hacer la preproducción, claro está que el director también tiene que estar presente para visualizar a los participantes que estén comprometidos con el proyecto.

Así mismo, la organización del equipo que se encarga del contenido, debe estar pendiente de las actividades de clases como también estar actualizados a la tendencia en los medios. Con todo esto se trata de unificar y trabajar de la mejor manera posible para poder encapsular ese conocimiento en tan solo media hora de emisión, aunque es difícil pero que en cierta manera sí se agrupa estos recursos que te mencioné previamente como director todos estos elementos ayudarán bastante que el proyecto pueda seguir en pie.

7.¿Qué condiciones debe tener la mezcla entre la locución y la musicalización para lograr una óptima grabación del programa?

Más allá de la calidad del audio, es también la practicidad que uno pueda tener, es decir, yo no voy a limitarme a grabar un podcast si no tengo un micrófono Road u otro micrófono que son costosos. Sin

embargo, no importa el teléfono que tú tengas (obviamente de media gama en adelante, tengo que ser específico técnicamente) ahora puedes utilizar otras herramientas de software libres como slimfit y poder tener una muy buena calidad de audio.

Pero aquí es muy importante cuando pasamos a la mezcla, por ejemplo: una cortina en edición, no puede opacar la voz ni estar muy abajo, dependiendo también lo que tengas en la pauta. La cortina tiene que ser tu compañera y que de hecho contextualiza un poco más lo que tú vas a hablar. En la actualidad, hay un recurso radiofónico que no se utiliza mucho en programas hablados, pero sí lo vemos el día a día con programas informativos como los que propone RPP que son de noticias o entrevistas, llamadas telefónicas y es el silencio; el silencio también es importante para conversaciones con baja calidad, pues es un gran aliado.

No necesariamente todas las piezas tienen que tener un efecto de transición o una ráfaga, esto va a depender mucho de la narrativa que tengamos para tener una óptima grabación. Se debe tener en cuenta el Software que elijamos, dentro de esas condiciones que te comento va a ayudar bastante

para tener una buena grabación de audio independientemente de la calidad que tengamos y una buena cortina. También ser muy específicos con los empalmes a la hora de editar ya que muchas veces termina un clip de audio y ahí mismo otro clip apenas termina el otro, entonces se trata de jugar con los crossfade, generalmente ahí suele ver muchos detalles, ya es depende del criterio que tenga el editor de audio.

8. ¿Qué tipo de *lenguaje* debe utilizar el locutor para captar la atención de la comunidad estudiantil?

Tiene que sonar a un amigo o una amiga. El estilo radial del “Hola cómo estás...muy buenas tardes” como si fuera publicidad ya pasó, para publicidad si te va a funcionar solo treinta segundos o lo que dure tu tanda radial, pero ahora lo que busca la gente es que suene como un influencer de tiktok o sea alguien muy conocido con un lenguaje fluido para que el ambiente se sienta cómodo y sea más fácil recibir el mensaje. Además, también tiene que ayudar muchísimo el aspecto de estar actualizado con el público, saber qué es lo que están

consumiendo los jóvenes hoy en día para así poder acercarse a ellos con más confianza, entonces eso ayuda bastante a que el lenguaje pueda complementarse con el público estudiantil y así poder tener la atención como corresponde.

9. ¿Qué características debe tener la elección de los *bites* para conseguir un montaje y edición adecuados?

En este caso creo que siempre hay que revisar los clips que vayamos a seleccionar, porque si hablamos sobre los montajes para los testimonios deben ser fracciones muy pequeñas y te quedas con la parte más importante. Generalmente en la radio suele manejarse entre diez a veinte segundos dependiendo el contenido que tú quieras colocar, obviamente hay que considerar las fracciones que nos permitan trabajar en base a la pauta, ya que el tiempo es una característica para su elección, por lo que debe ser muy concreto, puntual e importante y que de esta manera te ayude a reforzar la idea que vas a decir para que las personas, en este caso el público estudiantil se quede con eso siendo reforzado con los recursos que ya te mencioné.

10. ¿Considera que el material empleado en un programa radial debe ser *automatizado* para obtener un producto adecuado?

¿Por qué?

Buena pregunta. Debe ser automatizado si es que ya el proyecto o el programa ya tiene cierto tiempo de ejercicio, pero esto puede cambiar en base a las tendencias que puede haber hoy en la radio al igual como pasa con la televisión y en otros medios. Por ejemplo: los programas cómicos ahora tienen nombres relacionados a redes sociales y tienen que adecuarse a este ritmo y obviamente al cambiar esta dinámica dejar de ser un poco automatizado y trata de romper un poco el molde por esa situación, entonces en resumen esto sí tiene que ser automatizado pero si hay algo que vaya a romper esta rutina también tiene que adecuarse de la mejor manera y así tener el producto adecuado que engancha la gente y todo a base al ejercicio que tenga la productora encargada de este producto.

Entrevista a Renato Raúl Ronquillo Amaya (Licenciado en

Ciencias de la Comunicación).

1. ¿Estima usted que el contenido del programa resulta adecuado para su *público objetivo*, es decir los estudiantes universitarios?

Con respecto a "Comunidad PR", en mi opinión es un programa que no está adecuado para su público objetivo. Si bien es cierto los conductores son estudiantes, creo que no están teniendo el orden en la vocalización adecuada para poder llegar al público objetivo que ellos quieren alcanzar o el mensaje que quieren transmitir; puesto que, no hay una concordancia en lo que dice el uno y el otro, no hay continuidad en los temas, no hay un estilo de comunicación; entonces si es que no se tiene enfocado una buena estructura y un buen canal de comunicación no vamos a lograr transmitir lo que queremos informar.

2. ¿Considera que el *género informativo* es apropiado para los contenidos que emite dicho programa? ¿Por qué?

En este caso el programa está diseñado para ese género, pero la información que ellos realizan, el léxico, no es el adecuado, la data y la continuidad tampoco es la adecuada. Considero que debería tener mejoras,

evaluarse de repente en reducir a un conductor y buscar apoyo en material pregrabado o pre-editado, para que no se sienta que un programa informativo es tan lineal.

3. ¿El horario de emisión permite contar con una audiencia significativa? Por ello ¿Considera que debería tener otra emisión?

Yo creo que debería tener otro horario de emisión. Cabe recalcar que previamente se tiene que hacer una evaluación para hacer un horario de transmisión donde pueda estar tu público objetivo. En esa hora los estudiantes están quizás ingresando a clases para su turno tarde o están en refrigerio, por lo que no se obtiene la atención de tu público con lo que quieres hacer. Se podría hacer el estudio del público pico en las transmisiones si en caso fuese en la noche o más temprano y así poder entablar ese preciso momento para poder captarlos. Media hora de transmisión está bien, pero si es que está bien estructurada y dividida para poder enganchar con la audiencia. En este caso, ellos dialogan seguido, sin ningún enganche en temas importantes o reflexionen sobre el tema.

4. ¿Qué aspectos debe contener una pauta para generar interés entre los receptores?

Para empezar con una pauta o estructura de radio, primero tenemos que identificar los temas a difundir, estudiar al público objetivo y generar cuales son los temas de interés que se podrían trabajar. Distribuir la pauta en tiempos cortos, en entrevistas, participaciones de un minuto y medio o dos, poner pequeños mensajes audiovisuales orientados que podrían ser de un minuto y pequeños poli - reportajes de dos minutos. De esta manera, te pueden ayudar a tener una pauta interesante y tener una diversidad de material que pueda estar enganchado con tu público a la hora del programa que se está transmitiendo.

5. ¿Qué tipo de materiales (equipos) debe contar un set de radio para producir un programa radial?

Para empezar un programa radial debe contar con una cabina de radio, que deben ser aisladas netamente acústicas para evitar que ingresen ruidos que puedan generar o distorsionar la comunicación. Cabe recalcar que lo que vamos a grabar es un programa de radio netamente auditivo, entonces tenemos que cuidar

mucho el tema del audio. En un set puede haber dos micrófonos como mínimo y un tercero adicional si se establece una entrevista de tres personas, aun así, esos micrófonos deben contener unos condensadores que te permiten limpiar la voz y estos deben estar conectados a una consola de audio que individualiza los canales de audio. Esta misma consola tiene que ingresar a una computadora donde uno pueda receptionar el audio general y poder generar este tipo de mezclas donde está la música, el audio y así recibir todos los elementos de manera independiente.

6. ¿Cuáles son las funciones más importantes de un director para supervisar un programa radial?

Primero establecer la idea general del programa: un nombre, el perfil, si va hacer un programa netamente informativo, magazine o de entretenimiento también establecer un buen esquema o estructura y entablando como se quiere difundir. Por último, contar con todos los elementos que necesitamos y buscar la manera de captar la atención. Cabe mencionar, que un programa radial uno tiene que imaginarse a la

persona, tiene que llegar y calar la voz en el consciente del oyente para no perderla. En este caso, tenemos que buscar una voz que locute, teniendo una voz rica para el oído llamando su atención al público. Es por ello, que el director debe tener en cuenta varios puntos como los temas de organización, estructura y cierta parte de esto va con la investigación para poder desarrollar los temas, conceptualizarlos y así difundirlos y producirlos en un programa de radio.

7. ¿Qué condiciones debe tener la mezcla entre la locución y la musicalización para lograr una óptima grabación del programa?

La musicalización es el acompañamiento perfecto para una locución, Hace un momento hablábamos del tema auditivo, netamente sensorial, es ahí donde partimos ¿qué pasa cuando nosotros escuchamos una canción que nos gusta que nos conlleva a algo?, nos despierta sentimientos o emociones, muchas veces hasta de llorar o pena, esa sensación que genera la música es lo mismo que tratamos de generar con un producto audiovisual o auditivo. La música que acompaña a la voz ayuda a tener una mayor recepción en el producto auditivo.

8. ¿Qué tipo de *lenguaje* debe utilizar el locutor para captar la atención de la comunidad estudiantil?

Más que el lenguaje que debe utilizar el locutor es la manera en cómo locutar, en primer lugar, entablar un diálogo vocalizando bien; si un locutor no logra vocalizar bien no encontrará las palabras adecuadas para difundir su mensaje así sea cualquier tipo de público no lograrán entenderlo. Si es un público joven o mayor hay ciertos parámetros para informar; si es mayor se debe utilizar otro tipo de posturas o diálogos rebuscados. Por ejemplo, si es un tema jovial creo que, con una comunicación buena, será importante para la vocalización de la locución.

9. ¿Qué características debe tener la elección de los *bites* para conseguir un montaje y edición adecuados?

Los bites son bien importantes, mucha gente se preguntará qué es un bite? , para nosotros en el ámbito audiovisual, son los espacios por minutos o segundos que escogemos de una entrevista que vendría a ser la parte más importante, para ello se tiene que saber escoger lo más

esencial de la entrevista o de la acción realizada. El bite que se escoge tiene que ser continuo con la idea que se está consiguiendo en la entrevista. Si el bite fuera de una música o un ambiental, tiene que generar más la atención del sonido que resalta de la entrevista o del video grabado.

10. ¿Considera que el material empleado en un programa radial debe ser *automatizado* para obtener un producto adecuado?

¿Por qué?

Si, el material que utilizamos debe tener cierta automatización porque nos permite a nosotros ayudar y mejorar el producto de una manera mucho más rápida y con una postura que cale en la audiencia para generar compromiso y que la persona pueda reconocer un programa. Por ejemplo, “la hora del lonchecito” es un programa radial que ha calado en muchas personas, se sabe la hora y se está sintonizado con el programa, es por eso que la gente está pendiente de como consumir ese producto auditivo.

Anexo 7: Cartas del consentimiento informado de los entrevistados.



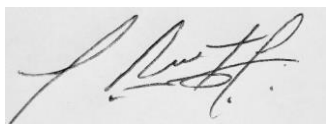
CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, **Mgtr. José Arnaldo Reátegui León** con **DNI 40969065**, declaro estar informado que mi participación en el desarrollo de investigación titulado **“Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022”** consistirá en brindar una entrevista que pretende aportar al conocimiento, entendiéndolo que mi participación es un valioso aporte en el desarrollo de dicha investigación. Acepto que la entrevista sea grabada en audio y video, para su transcripción y análisis posterior.

La investigadora responsable del estudio: Pretell Muñoz, Krisell Alexandra, con DNI 70876032 se ha comprometido a absolver cualquier inquietud y consulta respecto a los procedimientos llevados a cabo o cualquier asunto concerniente a la investigación.

Por lo tanto, como participante, acepto la invitación en forma libre y voluntaria; y por medio de la presente declaro que he sido informado que los resultados de esta investigación tendrán como producto una tesis para optar por el título de licenciatura.

He leído este consentimiento informado y acepto participar en este estudio bajo las condiciones establecidas.

A handwritten signature in black ink, appearing to be "J. Arnaldo Reátegui León", written on a light gray rectangular background.

Firma del Entrevistado

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Krisell Alexandra Pretell Muñoz", written above a horizontal line.

Firma

Pretell Muñoz, Krisell Alexandra

DNI: 70876032

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, **Lic. Luis Gabriel Merino Costa** con **DNI 46098593**, declaro estar informado que mi participación en el desarrollo de investigación titulado **“Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022”** consistirá en brindar una entrevista que pretende aportar al conocimiento, entendiendo que mi participación es un valioso aporte en el desarrollo de dicha investigación. Acepto que la entrevista sea grabada en audio y video, para su transcripción y análisis posterior.

La investigadora responsable del estudio: Pretell Muñoz, Krisell Alexandra, con DNI 70876032 se ha comprometido a absolver cualquier inquietud y consulta respecto a los procedimientos llevados a cabo o cualquier asunto concerniente a la investigación.

Por lo tanto, como participante, acepto la invitación en forma libre y voluntaria; y por medio de la presente declaro que he sido informado que los resultados de esta investigación tendrán como producto una tesis para optar por el título de licenciatura.

He leído este consentimiento informado y acepto participar en este estudio bajo las condiciones establecidas.



Firma del Entrevistado



Firma

Pretell Muñoz, Krisell Alexandra

DNI: 70876032

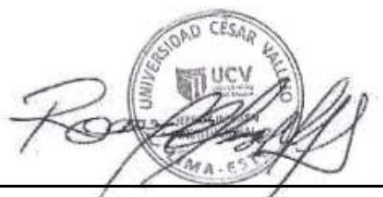
CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, **Lic. Renato Raúl Ronquillo Amaya** con **DNI 41408342**, declaro estar informado que mi participación en el desarrollo de investigación titulado **“Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022”** consistirá en brindar una entrevista que pretende aportar al conocimiento, entendiendo que mi participación es un valioso aporte en el desarrollo de dicha investigación. Acepto que la entrevista sea grabada en audio y video, para su transcripción y análisis posterior.

La investigadora responsable del estudio: Pretell Muñoz, Krisell Alexandra, con DNI 70876032 se ha comprometido a absolver cualquier inquietud y consulta respecto a los procedimientos llevados a cabo o cualquier asunto concerniente a la investigación.

Por lo tanto, como participante, acepto la invitación en forma libre y voluntaria; y por medio de la presente declaro que he sido informado que los resultados de esta investigación tendrán como producto una tesis para optar por el título de licenciatura.

He leído este consentimiento informado y acepto participar en este estudio bajo las condiciones establecidas.



Firma del Entrevistado



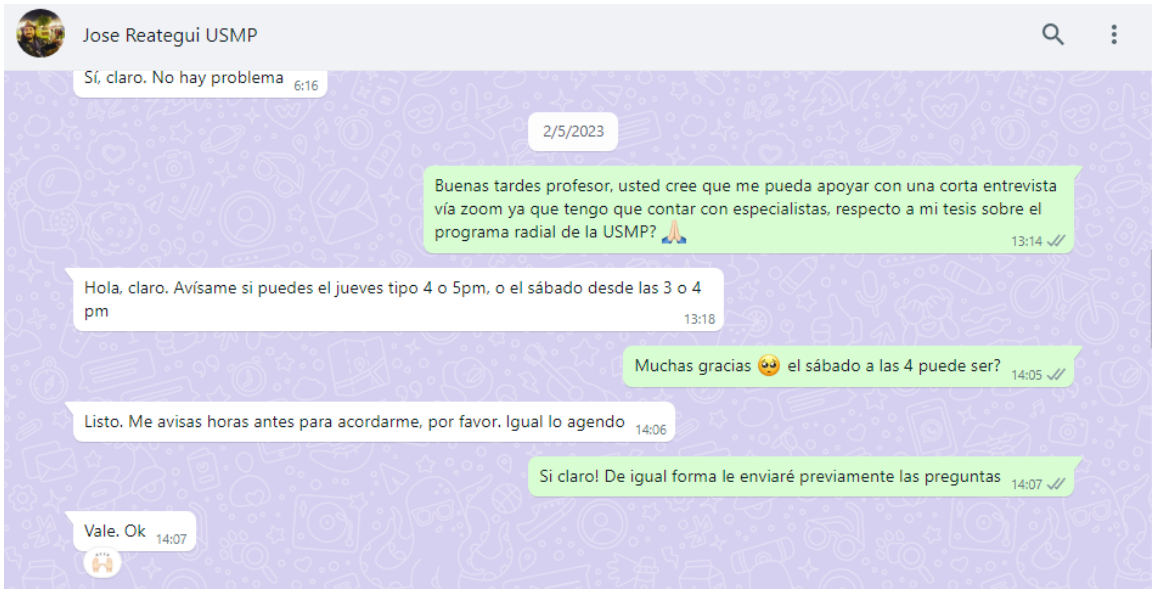
Firma

Pretell Muñoz, Krisell Alexandra

DNI: 70876032

Anexo 8: Evidencias de contacto con los especialistas en ciencias de la comunicación.

Contacto con el Mgtr. Reátegui León, José Arnaldo.



Contacto con el Lic. Merino Costa, Luis Gabriel.



LUIS GABRIEL MERINO COSTA

para mí ▾

mié, 17 may, 17:08 ☆ ↶ ⋮

Buenas tardes Krisell:

Encantado de ayudarte. Yo puedo conectarme a zoom cualquier día de la semana de 8 a 10 am. Menos sábados y domingos.

Me avisas cualquier consulta. Saludos.

Obtener [Outlook para iOS](#)

De: KRISSELL ALEXANDRA PRETELL MUÑOZ <kpretellmu@ucvvirtual.edu.pe>

Enviado: Wednesday, May 17, 2023 5:05:17 PM

Para: LUIS GABRIEL MERINO COSTA <lmerinoc@usmp.pe>

Asunto: SOLICITUD DE ENTREVISTA



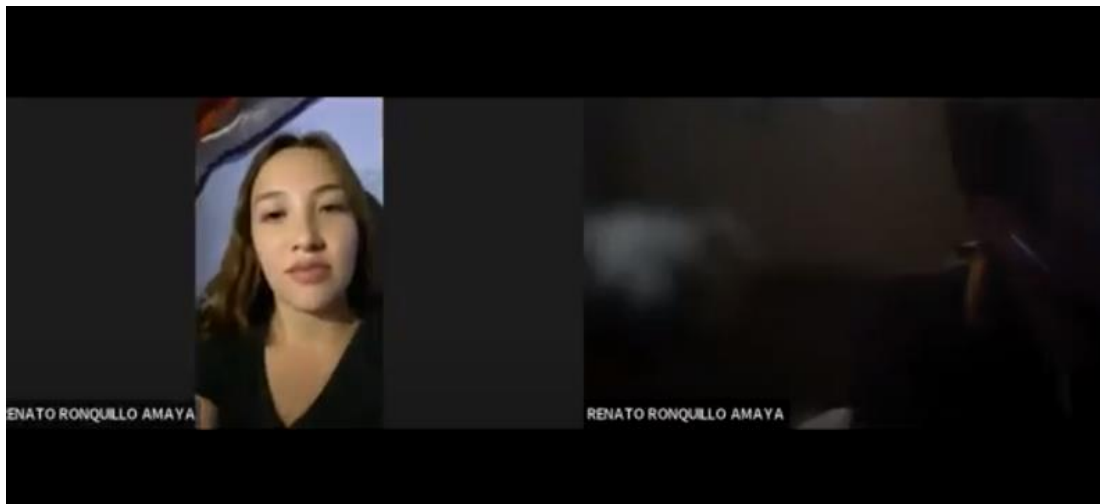
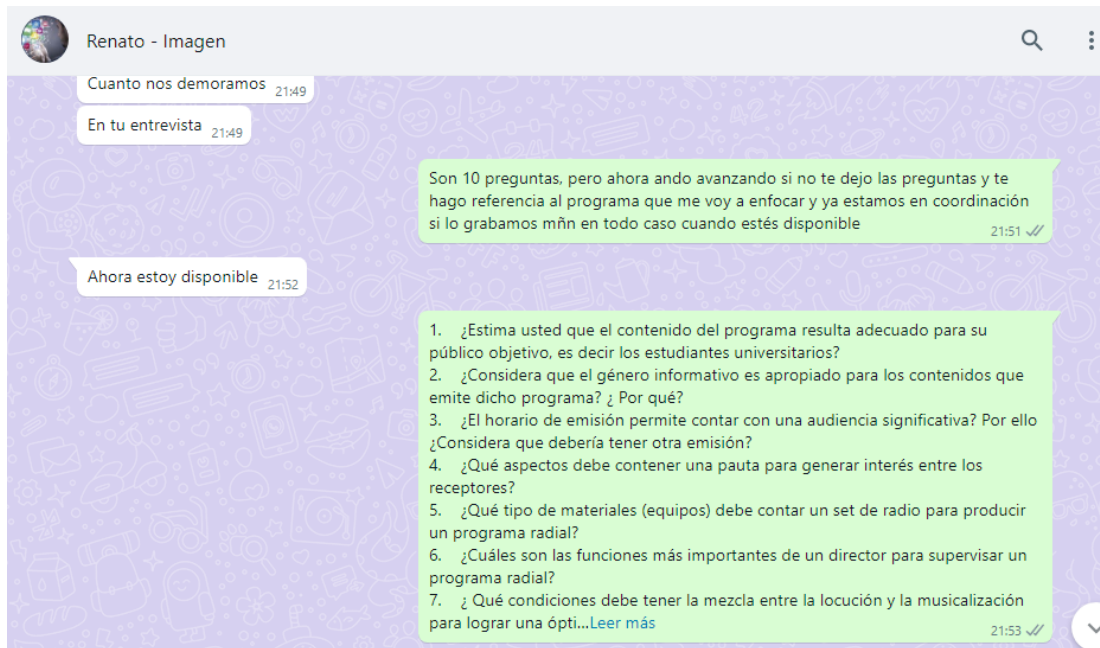
KRISSELL ALEXANDRA PRETELL MUÑOZ

Muchas gracias profesor. Le parece este Miércoles 24 a las 10 am? Las preguntas le envío por este medio?

mié, 17 may, 17:11 ☆



Contacto con el Lic. Ronquillo Amaya, Renato Raúl.



ANEXO 9: GUÍAS DE OBSERVACIÓN

Programa 1: Comunidad PR.

Tema: La sostenibilidad en las organizaciones.

Locutor 1: Piero Mazzerini.

Locutora 2: Paola Rojas.

Fecha: 05 de octubre del 2022.

Hora: 02:00 pm

Link: <https://www.facebook.com/rdn.pe/videos/1481282405679132>



GUIA DE OBSERVACIÓN N° 1						
Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022						
Categoría	Subcategorías	Códigos	PREGUNTAS	SI	NO	OBSERVACIONES
REALIZACIÓN	PREPRODUCCIÓN	Público objetivo	¿Considera que el contenido del programa está orientado hacia su público objetivo ?	Sí, el programa está dirigido a todos los jóvenes universitarios que estudian la carrera y tienen interés en relaciones públicas.		-

		Género radiofónico	¿El género informativo elegido es apropiado para el tipo de contenido emitido?	Sí, el programa se enfoca en el tema de relaciones públicas y tiene como objetivo dar a conocer la importancia de "La sostenibilidad en las organizaciones".	
		Horario de transmisión	¿El horario en el que se transmite el programa tiene una audiencia fidelizada?	Sí, durante la emisión del programa se lograron alcanzar 73 visualizaciones, 7 comentarios y 13 reacciones, lo cual	Cabe mencionar, que, si hubiera otro horario de emisión, la audiencia incrementaría.

				demuestra cierto nivel de interacción y participación del público.		
		Pauta del programa	¿La pauta está ordenada de acuerdo al género del programa?	Sí, la pauta decumple con una estructura ordenada para asegurar un buen desarrollo del programa.		
		Materiales del set	¿Se cuenta con la infraestructura y los materiales del set para la realización de este programa de radio?	Sí, se pudo observar que cuentan con los materiales necesarios, ya que el programa fue transmitido en el mismo set de radio utilizado para su		

				realización.		
<p>INTERPRETACIÓN: En el programa 1, se pudo observar que cumplieron con todos los aspectos que corresponden a la etapa de preproducción, la cual es fundamental para la realización de un programa radial. En primer lugar, identificaron adecuadamente a su público objetivo, que en este caso son todos los jóvenes universitarios de la carrera. Además, eligieron un horario de transmisión que se ajusta de manera adecuada a la disponibilidad de los alumnos.</p> <p>Asimismo, la elección del género del programa fue acertada, ya que compartieron información relevante sobre un tema de gran interés relacionado con las relaciones públicas. Durante todo el desarrollo del programa, siguieron una pauta ordenada, lo cual contribuyó a la estructura y coherencia del contenido.</p> <p>Por último, es destacable que el programa se realizó en el mismo set de radio y se contó con todos los materiales necesarios para llevarlo a cabo de manera efectiva.</p>						

GUIA DE OBSERVACIÓN N° 2

Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022

Categoría	Subcategorías	Códigos	PREGUNTAS	SI	NO	OBSERVACIONES
REALIZACIÓN	PRODUCCIÓN	Supervisión	¿El director realiza la supervisión para verificar la producción del programa?	Sí, el director se encargó de supervisar durante toda la emisión del programa.		
		Mezcla	¿La mezcla entre la locución y la musicalización permite una adecuada grabación?		No, debido a que la mezcla entre la locución y la música no es adecuada, ya que debería estar relacionada con el tipo de contenido que se está segundo plano y con un volumen apropiado para no interferir con la locución.	La elección de la música no es apropiada, ya que debería estar relacionada con el tipo de contenido que se está compartiendo.
		Lenguaje	¿El lenguaje	Sí, ambos locutores		

			utilizado en el programa radial es adecuado para la audiencia?	utilizaron un lenguaje apropiado para su audiencia juvenil.		
--	--	--	--	---	--	--

INTERPRETACIÓN: En esta segunda etapa de la producción, el director desempeñó su función supervisando la emisión del programa. Sin embargo, se observó que la mezcla no fue adecuada, ya que la elección de la música no guardaba relación con la información transmitida por los locutores. A pesar de ello, es destacable que ambos locutores emplearon un lenguaje apropiado para comunicarse con su público juvenil.

GUIA DE OBSERVACIÓN N° 3						
Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022						
Categoría	Subcategorías	Códigos	PREGUNTAS	SI	NO	OBSERVACIONES
REALIZACIÓN	POSTPRODUCCIÓN	Escoger las mejores tomas (bites*)	¿Los bites elegidos cumplen con la calidad requerida?		No, el programa no incluye bites durante toda su transmisión.	
		Comprimir el material (automatizar*)	¿El material está automatizado de acuerdo con el guion?		No, los locutores se extendieron en el tema que estaban abordando debido a su gran interés.	Cabe recalcar que no siempre es necesario cumplir con una automatización estricta. En este caso, los locutores tuvieron cierta libertad para continuar compartiendo información.

INTERPRETACIÓN: Por último, en la etapa de postproducción se observó que el programa no incluyó bites, lo cual es un aspecto importante a considerar. Además, el material no estuvo completamente automatizado, ya que los locutores se explayaron en el tema que estaban abordando sin apartarse de la información que estaban proporcionando.

Programa 2: Comunidad PR.

Tema: Inserción laboral en Perú (*Entrevista*).

Locutor: Piero Mazzerini.

Fecha: 12 de octubre del 2022.

Hora: 02:00 pm

Link: <https://www.facebook.com/rdn.pe/videos/1228005037747833/>



GUIA DE OBSERVACIÓN N° 4						
Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022						
Categoría	Subcategorías	Códigos	PREGUNTAS	SI	NO	OBSERVACIONES
REALIZACIÓN	PREPRODUCCIÓN	Público objetivo	¿Considera que el contenido del programa está orientado hacia su público objetivo ?	Sí, ya que en él pueden participar todos los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación, lo cual amplía su alcance y participación.		

		Género radiofónico	¿El género informativo elegido es apropiado para el tipo de contenido emitido?	Sí, porque es un tema de gran relevancia que debe ser difundido, abordando la temática de la "Inserción laboral en el Perú".		Es relevante mencionar que en esta emisión se llevó a cabo una entrevista con especialistas en Relaciones Públicas de PRRSA desde Argentina, con el objetivo de profundizar en el tema. Esta entrevista en particular contribuyó al éxito y mayor alcance del programa.
		Horario de transmisión	¿El horario en el que se transmite el programa tiene una audiencia fidelizada?	Sí. Durante la transmisión, el programa logró alcanzar 105 visualizaciones		Esta entrevista en particular contribuyó al éxito y mayor alcance del programa.

				10 comentarios y 22 reacciones, lo cual demuestra un buen nivel de interacción con el público.	
		Pauta del programa	¿La pauta está ordenada de acuerdo al género del programa?	Sí. La pauta del programa está organizada de acuerdo a las modificaciones realizadas para adaptarse a una entrevista, lo cual garantiza un orden adecuado en el desarrollo del contenido.	Es importante destacar que la pauta adoptó una estructura distinta por ser entrevista, lo cual enriqueció el contenido y la dinámica del programa.

		<p>¿Se cuenta con la infraestructura y los materiales del set para la realización de este programa de radio?</p> <p>Materiales del set</p>	<p>Sí. Es importante mencionar que, aunque el programa no se transmitió desde el mismo set de radio, se cuenta con los recursos necesarios para la realización del programa desde casa, lo cual demuestra una adaptabilidad en la producción del programa.</p>	<p>Además, es importante mencionar que esta emisión se llevó a cabo utilizando la plataforma de transmisión en vivo StreamYard, la cual brinda las herramientas necesarias para realizar transmisiones en directo.</p>
<p>INTERPRETACIÓN: En el programa 2, se pudo constatar que cumple con todos los requisitos correspondientes a la etapa</p>				

de preproducción. Este programa está dirigido a estudiantes universitarios interesados en el ámbito de las relaciones públicas, por lo que el horario elegido resulta conveniente para su audiencia objetivo. Además, la elección del género informativo se enfoca en el tema de "Inserción laboral en el Perú", el cual guarda estrecha relación con las relaciones públicas.

Es relevante destacar que, para enriquecer la información transmitida, se contó con la participación de especialistas de PRRSA desde Argentina como invitados, lo cual se llevó a cabo mediante una estructura de entrevistas que difiere de la pauta habitual. Este enfoque permitió brindar un mayor nivel de profundidad de contenido. Además, es importante mencionar que esta emisión logró un alcance significativo en términos de audiencia.

Por último, es relevante mencionar que este programa se realizó desde un entorno virtual, utilizando los materiales necesarios para la emisión. Para su transmisión en vivo, se utilizó la plataforma StreamYard, la cual permitió llevar a cabo el programa de manera eficiente y efectiva.

GUIA DE OBSERVACIÓN N° 5

Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022

Categoría	Subcategorías	Códigos	PREGUNTAS	SI	NO	OBSERVACIONES
REALIZACIÓN	PRODUCCIÓN	Supervisión	¿El director realiza la supervisión para verificar la producción del programa?	Sí, el director se mantiene presente durante toda la transmisión del programa, supervisando y guiando el desarrollo del mismo.		A pesar de que el programa se haya transmitido desde casa, el director desempeñó su función de supervisión de manera efectiva.
		Mezcla	¿La mezcla entre la locución y la musicalización permite una adecuada grabación?		No, durante todo el desarrollo del programa no se incorpora música como parte de la ambientación	Durante la entrevista se logró un buen resultado, ya que el uso estratégico del silencio favoreció la claridad de las voces de los locutores y los participantes.

					sonora.	
		Lenguaje	¿El lenguaje utilizado en el programa radial es adecuado para la audiencia?	Si, tanto el locutor como las participantes utilizaron un lenguaje adecuado para su público objetivo, que en este caso son los jóvenes. Esto contribuye a establecer una conexión efectiva con la audiencia y a transmitir el mensaje de manera clara y comprensible.		El lenguaje jovial empleado en el programa generó un ambiente de confianza, estableciendo una conexión sólida con la audiencia.

INTERPRETACIÓN: Durante la producción del programa, el director desempeñó su papel de supervisión de manera efectiva, a pesar de que se transmitiera de forma virtual desde otra plataforma. En esta emisión en particular, no se utilizó música, lo cual permitió que la voz del locutor y los participantes destacaran, aprovechando el poder del silencio como aliado. Por

último, el lenguaje empleado por el locutor fue apropiado para conectar con la audiencia, especialmente dirigido a jóvenes estudiantes, generando identificación y confianza.

GUIA DE OBSERVACIÓN N° 6

Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022

Categoría	Subcategorías	Códigos	PREGUNTAS	SI	NO	OBSERVACIONES
REALIZACIÓN	POSTPRODUCCIÓN	Escoger las mejores tomas (bites*)	¿Los <i>bites</i> elegidos cumplen con la calidad requerida?		No, durante toda la transmisión del programa no se emiten bites.	Como se mencionó anteriormente, la elección de bites en un programa es de gran importancia, por lo tanto, deberían considerar incorporarlos.

		Comprimir el material (automatizar*)	¿El material está automatizado de acuerdo con el guion?	Sí, sin embargo, al seguir una pauta estructurada como una entrevista, se les brinda cierta flexibilidad (sin apartarse del tema) a las participantes para que puedan expresarse con mayor amplitud.		
--	--	--------------------------------------	--	--	--	--

INTERPRETACIÓN: Después de evaluar la postproducción, se observó que el programa no incluye bites, a pesar de que se mencionó previamente la importancia de utilizar fragmentos que refuercen el contenido que se está transmitiendo. Es fundamental considerar la inclusión de estos elementos. Sin embargo, el material fue automatizado de acuerdo al guion del programa, lo que contribuyó a un buen desarrollo del mismo.

Programa 3: Comunidad PR.

Tema: Marketing en la publicidad.

Locutor 1: Diego

Locutora 2: Sandra

Fecha: 19 de octubre del 2022.

Hora: 02:00 pm

Link: <https://www.facebook.com/rdn.pe/videos/455197256597065/>



GUIA DE OBSERVACIÓN N° 7						
Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022						
Categoría	Subcategorías	Códigos	PREGUNTAS	SI	NO	OBSERVACIONES
REALIZACIÓN	PREPRODUCCIÓN	Público objetivo	¿Considera que el contenido del programa está orientado hacia su público objetivo ?	Sí, el programa está dirigido a toda la comunidad universitaria, abarcando un amplio espectro de estudiantes.		

		Género radiofónico	¿El género informativo elegido es apropiado para el tipo de contenido emitido?	Sí, el contenido transmitido es de gran interés para todos los estudiantes de la carrera, ya que profundiza en el tema del "Marketing en la publicidad" y brinda información adicional al respecto.		
		Horario de transmisión	¿El horario en el que se transmite el programa tiene una audiencia fidelizada?	Sí, este programa logró alcanzar 73 visualizaciones, recibió 7 comentarios y obtuvo 17 reacciones, lo		

				que demuestra un buen nivel de interacción y participación.		
		Pauta del programa	¿La pauta está ordenada de acuerdo al género del programa?	Sí, la pauta del programa sigue el orden establecido, lo que contribuye a un desarrollo adecuado de los contenidos.		
		Materiales del set	¿Se cuenta con la infraestructura y los materiales del set para la realización de este programa de radio?	Sí, el set de radio está equipado con todos los materiales necesarios para llevar a cabo la ejecución del programa de		

				manera efectiva.		
<p>INTERPRETACIÓN: En el programa 3, se observa que cumplieron con la etapa de preproducción, la cual es fundamental para la realización de un programa radial. Se enfocaron en llegar a toda la comunidad universitaria, por lo tanto, seleccionaron un horario que ya cuenta con una audiencia fiel.</p> <p>La elección del género del programa fue adecuada, ya que abordaron el tema del Marketing en la publicidad, el cual ofrece una amplia gama de información para compartir. Todo el desarrollo del programa se basó en una pauta correctamente estructurada, lo cual permitió un flujo ordenado de los contenidos.</p> <p>Es importante destacar que el programa fue ejecutado desde el mismo set de radio de RDN, que garantiza la disponibilidad de todos los recursos necesarios para su realización.</p>						

GUIA DE OBSERVACIÓN N° 8

Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022

Categoría	Subcategorías	Códigos	PREGUNTAS	SI	NO	OBSERVACIONES
REALIZACIÓN	PRODUCCIÓN	Supervisión	¿El director realiza la supervisión para verificar la producción del programa?	Sí, el director desempeña un papel fundamental en la producción del programa y es responsable de su ejecución. Por lo tanto, es importante que se mantenga en constante supervisión para asegurar un producto de calidad.		
		Mezcla	¿La mezcla entre la locución y la	Si, en cuanto a la mezcla de		La elección de la música no se ajusta

			<p>musicalización permite una grabación adecuada?</p>	<p>audio, se puede mejorar seleccionando música que se ajuste de manera adecuada al tono del programa, evitando que los bytes sean demasiado fuertes y puedan afectar la experiencia auditiva.</p>		<p>adecuadamente al contenido que están transmitiendo, por lo que se sugiere revisarla y seleccionar opciones más apropiadas.</p>
		Lenguaje	<p>¿El lenguaje utilizado en el programa radial es adecuado para la audiencia?</p>	<p>Si, el lenguaje utilizado por los locutores es apropiado para comunicarse con su</p>		<p>Es importante que la locutora pueda establecer una conexión con su compañero de programa para</p>

				audiencia. Sin embargo, se sugiere que la segunda locutora trabaje en mejorar su dinamismo para poder generar un mayor impacto y conexión con el público.		formar una buena dupla. Esto ayudará a evitar que el contenido se vuelva monótono y aportará dinamismo y fluidez a la transmisión.
--	--	--	--	---	--	--

INTERPRETACIÓN: Durante el proceso de producción, el director supervisó cuidadosamente la emisión del programa. Para lograr una buena mezcla entre la locución y la musicalización, se debe considerar la elección de la música. Aunque se logra escuchar la voz de ambos locutores, es importante que la música esté relacionada con el género informativo seleccionado.

Además, el lenguaje utilizado por ambos locutores es apropiado para su público objetivo. Sin embargo, es necesario que la locutora 2 establezca una mejor conexión con su compañero para evitar que la conversación se vuelva monótona y mantener el interés del público.

GUIA DE OBSERVACIÓN N° 9

Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022

Categoría	Subcategorías	Códigos	PREGUNTAS	SI	NO	OBSERVACIONES
REALIZACIÓN	POSTPRODUCCIÓN	Escoger las mejores tomas (bites*)	¿Los <i>bites</i> elegidos cumplen con la calidad requerida?		No, este programa no incluye bites, lo que provoca que todo su contenido se presente de manera lineal.	

		Comprimir el material (automatizar*)	¿El material está automatizado de acuerdo con el guion?	Sí, todo el material cumple con la automatización requerida. En algunas partes, los locutores se explayan un poco más, pero esto es comprensible ya que el contenido aborda un tema actual que demanda una mayor cantidad de información.		
--	--	--------------------------------------	--	---	--	--

INTERPRETACIÓN: Durante la etapa de postproducción, en el desarrollo del programa, no se incluyeron bites. Además, todo el material se encuentra automatizado. Sin embargo, en ciertas partes los locutores se explayaron en relación al tema que estaban tratando. Esto se debe a que agregaron ejemplos relacionados a la información compartida, con el objetivo de brindar un mejor entendimiento.

Programa 4: Comunidad PR.

Tema: La sostenibilidad en las empresas (*Entrevista*).

Locutor 1: Axel Mateo.

Locutor 2: Abigail Villantoy.

Fecha: 26 de octubre del 2022.

Hora: 02:00 pm

Link: <https://www.facebook.com/rdn.pe/videos/664255545298865/>



GUIA DE OBSERVACIÓN N° 10						
Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022						
Categoría	Subcategorías	Códigos	PREGUNTAS	SI	NO	OBSERVACIONES
REALIZACIÓN	PREPRODUCCIÓN	Público objetivo	¿Considera que el contenido del programa está orientado hacia su público objetivo ?	Sí, el contenido está dirigido a su público universitario específico.		
		Género radiofónico	¿El género informativo elegido es apropiado para el tipo de contenido?	Sí, la elección de este género es considerada de interés general, lo que permitirá		Además, para complementar la información compartida por los locutores, tuvieron

			emitido?	compartir toda la información recopilada sobre "la sostenibilidad en las empresas".		como invitado a un especialista de PRSSA desde Argentina, quien brindó su opinión sobre el tema elegido.
		Horario de transmisión	¿El horario en el que se transmite el programa tiene una audiencia fidelizada?	Sí, la transmisión alcanzó 73 visualizaciones, 7 comentarios y 16 reacciones.		
		Pauta del programa	¿La pauta está ordenada de acuerdo al género del programa?	Sí, la pauta fue estructurada para una entrevista y cumplieron con el orden establecido.		La pauta se ajusta al género informativo y se adapta cuando se trata de una entrevista.
		Materiales del set	¿Se cuenta con la infraestructura y los materiales del set para la	Sí, ambos locutores cuentan con los materiales		El programa no se desarrolla en el set de radio, pero los locutores cuentan

			realización de este programa de radio?	necesarios para la transmisión en vivo, la cual se llevó a cabo a través de StreamYard.		con los elementos fundamentales en sus casas para llevar a cabo la emisión.
--	--	--	--	---	--	---

INTERPRETACIÓN: En el programa 4, se observó que se cumplió con todo el desarrollo previo. El público objetivo de este programa son los universitarios en general. El género informativo seleccionado es adecuado para el contenido que se transmite, en particular el tema tratado fue la sostenibilidad en las empresas, un tema relacionado con las relaciones públicas. Para enriquecer la información proporcionada, se contó con la participación de un especialista de PRSSA desde Argentina.

Además, la pauta del programa siguió el orden establecido y se ajustó a la estructura de una entrevista. Finalmente, la emisión se llevó a cabo a través de la plataforma de StreamYard, contando con todos los recursos necesarios para su transmisión en vivo.

GUIA DE OBSERVACIÓN N° 11

Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022

Categoría	Subcategorías	Códigos	PREGUNTAS	SI	NO	OBSERVACIONES
REALIZACIÓN	PRODUCCIÓN	Supervisión	¿El director realiza la supervisión para verificar la producción del programa?	Sí, el director se encarga de supervisar todo el proceso para asegurarse de que se cumplan las metas establecidas en colaboración con el equipo de producción.		El programa se transmitió desde las casas de los participantes utilizando una plataforma en línea. A pesar de la ubicación remota, el director está presente y supervisa el programa en tiempo real durante la emisión en vivo.
		Mezcla	¿La mezcla entre la locución y la musicalización permite una adecuada	En cuanto a la mezcla, se logra una grabación adecuada, una que la elección de la música se		

			grabación?	relaciona con el tema tratado y se mantiene en un segundo plano, dando prioridad a la voz de los locutores para que la información transmitida sea clara y comprensible.	
		Lenguaje	¿El lenguaje utilizado en el programa radial es adecuado para la audiencia?	Si, el lenguaje utilizado por todos los participantes contribuye a que la audiencia se sienta identificada y pueda entender fácilmente la información que se les brinda.	Durante el desarrollo del programa, se pudo notar que la locutora podría mejorar su participación, mostrándose más desenvuelta y estableciendo una mejor conexión con su compañero durante la entrevista.
INTERPRETACIÓN: Durante esta segunda fase, el director cumplió con su labor de supervisión de manera virtual,					

asegurando el correcto desarrollo del programa. La mezcla entre la música y la locución se realizó de manera adecuada, cumpliendo con los estándares necesarios para una grabación de calidad. Además, el lenguaje utilizado por los locutores y el especialista fue apropiado para el público al que se dirigían. Sin embargo, se notó que el locutor 1 tuvo un mejor desenvolvimiento durante la entrevista en comparación con la locutora 2. Sería beneficioso para ella participar más activamente y mantener una mejor conexión con su compañero, lo que contribuirá a un desarrollo más fluido del programa.

GUIA DE OBSERVACIÓN N° 12

Análisis de la realización de un programa de radio universitaria, Lima 2022

Categoría	Subcategorías	Códigos	PREGUNTAS	SI	NO	OBSERVACIONES
REALIZACIÓN	POSTPRODUCCIÓN	Escoger las mejores tomas (bites*)	¿Los bites elegidos cumplen con la calidad requerida?		No, la emisión del programa no incluye segmentos cortos conocidos como "bites".	

		Comprimir el material (automatizar*)	¿El material está automatizado de acuerdo con el guion?	Sí, todo el programa se desarrolló de manera automatizada. Cabe mencionar que, al tratarse de una entrevista, los participantes tuvieron la posibilidad de extenderse un poco más en sus respuestas, dentro de los límites establecidos previamente.	
--	--	--------------------------------------	--	--	--

INTERPRETACIÓN: Para concluir, en la última etapa de la postproducción, se observó que durante la transmisión del programa no se incluyeron bites. Además, todo el material fue automatizado siguiendo el guion establecido. Es importante destacar que, al tratarse de una entrevista, los participantes tuvieron la oportunidad de extenderse un poco más en sus respuestas debido a la relevancia e interés del tema abordado.