

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS  
VICERRECTORÍA ACADÉMICA**

**ESCUELA DE PERIODISMO**

**“ESTRATEGIA MULTIMEDIÁTICA PARA NOTICIAS  
ACTUAL ENFOCADA EN ADAPTAR LAS NOTICIAS  
TRADICIONALES A LA MODALIDAD DE FACEBOOK LIVE  
DURANTE EL PRIMER TRIMESTRE DEL 2020”**

**MODALIDAD DE TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO DE LICENCIATURA EN PERIODISMO**

**JORGE ARTURO RUIZ CONEJO**

**TUTOR: LIC. PABLO SEGURA SOLANO**

**SEDE ARANJUEZ**

**ENERO, 2021**

## Contenido

<b>Contenido</b>	
Dedicatoria .....	5
Contenido de Tablas .....	19
Contenido de Gráficos .....	20
Resumen ejecutivo .....	21
<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>23</b>
Planteamiento del Problema.....	23
Objetivos .....	27
Objetivo general .....	27
Objetivos específicos.....	27
Justificación.....	28
Antecedentes .....	31
Investigaciones Internacionales.....	32
Investigaciones Nacionales.....	34
Proyecciones.....	38
Limitaciones.....	39
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>41</b>
Teoría de la comunicación.....	41
Teoría de la Aguja hipodérmica .....	42
Teoría de la Agenda Setting .....	43
Teoría de usos y gratificaciones .....	43
Medios comunicación.....	44
Radio.....	45

Internet.....	47
Medios Digitales.....	48
Teorías de la Información.....	49
Periodismo.....	50
Periodismo digital.....	51
Comunicación digital.....	52
Comunicador Multimediático.....	53
Comunidad virtual.....	55
Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's).....	55
Redes sociales.....	55
Facebook.....	56
Contenido Multimedia o Multimedial.....	58
Trending Topics.....	59
Community Manager.....	60
Target.....	61
Metalenguaje interactivo.....	62
Interactividad.....	63
Streaming.....	64
Hipertextualidad.....	65
<b>CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>67</b>
Enfoque.....	67
Método.....	68
Tipo de Investigación.....	69
Investigación Exploratoria.....	69
Investigación Descriptiva.....	69

	15
Investigación Correlacional .....	70
Población .....	70
Fuentes de información .....	70
Sujeto .....	71
Radio Actual FM .....	71
Muestra .....	72
Instrumentos .....	74
Observación .....	74
Entrevista a profundidad .....	75
Encuesta .....	76
Referencia Institucional .....	76
Actual FM – Noticias. ....	77
Método de Análisis .....	77
Proceso de Recolección y Análisis de Datos .....	78
Procedimiento de Recolección de Datos .....	78
Procedimiento de Análisis de Datos .....	79
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE DATOS.....	81
Herramientas tecnológicas de transmisión .....	81
Observaciones de las herramientas .....	82
Ejecución de las herramientas .....	93
Análisis de los elementos de la noticia multimediática radiofónica .....	98
Observaciones de los elementos multimediáticos .....	98
Preparación e implementación de elementos multimediáticos .....	109
Descripción de los gráficos de la encuesta .....	113
Grupo de edad .....	113

Medio en que se informa .....	114
Tiempo que le dedica a las redes sociales .....	115
Frecuencia con la que ve los Facebook Live de Radio Actual o Noticias Actual .....	116
Consideración del contenido de Noticias Actual en Facebook Live .....	117
¿Qué tan atractivos ve los Facebook Live de noticias actual? .....	118
Comentario del encuestado.....	119
Determinación del contenido multimedia .....	120
<b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>129</b>
Recomendaciones .....	133
<b>CAPÍTULO VI: PROPUESTA.....</b>	<b>136</b>
Producto diferenciado para redes sociales .....	137
Preparación especializada para redes .....	138
Separación del contenido.....	139
Guion .....	139
Gráfica .....	142
Instrumentos o herramientas.....	142
Ejecución de las publicaciones .....	145
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>147</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>154</b>
Anexo 1 .....	154
Encuesta:.....	154
Anexo 2.....	156
Entrevistas.....	156
Anexo 3.....	178
Cuadro general de observación.....	178

Anexo 4..... 179

Evidencia de observaciones..... 179





**Contenido de Tablas**

<b>Tabla 1. Operacionalización de las variables .....</b>	<b>73</b>
<b>Tabla 2. Observación 1 .....</b>	<b>83</b>
<b>Tabla 3. Observación 2 .....</b>	<b>84</b>
<b>Tabla 4. Observación 3 .....</b>	<b>85</b>
<b>Tabla 5. Observación 4 .....</b>	<b>86</b>
<b>Tabla 6. Observación 5 .....</b>	<b>87</b>
<b>Tabla 7. Observación 6 .....</b>	<b>88</b>
<b>Tabla 8. Observación 1 .....</b>	<b>100</b>
<b>Tabla 9. Observación 2 .....</b>	<b>101</b>
<b>Tabla 10. Observación 3 .....</b>	<b>102</b>
<b>Tabla 11. Observación 4 .....</b>	<b>103</b>
<b>Tabla 12. Observación 5 .....</b>	<b>104</b>
<b>Tabla 13. Observación 6 .....</b>	<b>105</b>

### Contenido de Gráficos

<b>Gráfico 1. Pregunta 1. Grupo de edad .....</b>	<b>114</b>
<b>Gráfico 2. Pregunta 2. Medio en que se informa el encuestado.....</b>	<b>115</b>
<b>Gráfico 3. Pregunta 3. Tiempo que dedica el encuestado a las redes sociales.....</b>	<b>116</b>
<b>Gráfico 4, Pregunta 4. ¿Qué tan frecuente ve los Facebook Live de radio actual o noticias actual? .....</b>	<b>117</b>
<b>Gráfico 5 Pregunta 5. ¿Cómo considera el contenido de Noticias Actual transmitido a través de Facebook Live?.....</b>	<b>118</b>
<b>Gráfico 6. Pregunta 6. ¿Qué tan atractivos ve los Facebook Live de noticias actual? .....</b>	<b>119</b>

### **Resumen ejecutivo**

Para esta investigación, se pretende analizar la apuesta digital de un radio noticiero tradicional que ofrece sus servicios informativos a través de la Radio Actual 107.1 FM y que también expone sus informaciones por medio de plataformas como la de Facebook Live.

Dentro de este proyecto se busca identificar si es posible crear algún tipo de transición adecuada de la información, de manera que, para Noticias Actual, sea factible que el trabajo que realizan se difunda de la forma correcta, adaptando el contenido que día a día preparan para las entregas informativas a la modalidad virtual.

Sin embargo, es necesario también, identificar el uso que le dan a las herramientas tecnológicas de transmisión para determinar la calidad y funcionalidad de los instrumentos que se utilizan para el lanzamiento del contenido e información que ofrece el radio noticiero. De manera que, esta investigación, se centra en la adaptación de las noticias, viniendo de la modalidad tradicional, al aspecto digital.

Cabe destacar que este trabajo se realizó con material que quedó resguardado en la plataforma de Facebook, el cual sirvió para dar con objetivos propuestos, pese a que el producto que se analiza quedó en pausa debido a las bajas de trabajo producidas por la afectación económica que generó la pandemia del Covid-19 en Costa Rica.

La presente investigación se basa en el enfoque mixto, es decir, pretender obtener los resultados por medio de instrumentos cualitativos como la observación hacia el producto informativo, entrevistas a profundidad con los protagonistas y expertos en la materia, así como la aplicación de instrumentos cuantitativos como una encuesta a los usuarios de la red social de Facebook que siguen a la página de Radio Actual, por donde el noticiero emite sus ediciones.

Además, esta investigación es de tipo exploratoria, por no haber ningún estudio relacionado al caso de Noticias Actual y su transmisión de información a través de la plataforma Facebook Live. También, es de tipo descriptiva, ya que uno de los objetivos es observar el trabajo realizado por este noticiero, en dicha plataforma mencionada. Pero, además, se considera de tipo correlacional, ya que se puede observar como las variables se vinculan entre sí para así poder dar conclusiones y recomendaciones.

Parte de las muestras obtenidas, fueron una serie de transmisiones en vivo realizadas durante los primeros tres meses del año 2020, de las cuales arrojaron como resultado que el uso de las herramientas por parte de Radio Actual y su programa de noticias, no son aprovechadas al 100% de su utilidad, generando como resultado la percepción de un producto muy escaso de recursos y preparación de contenido digital.

Dentro de los principales resultados que arrojó la investigación, es que se logró constatar que las transmisiones de Facebook Live no son la prioridad para Noticias Actual, lo cual, provoca que este tipo de producto no sea ofrecido de la mejor manera a una audiencia específica, a falta del contenido multimedia, convirtiéndose así en un servicio más que ya existen por parte de otras radio emisoras, consideradas como competencia, pero que se consolidaron aún más el manejo de visual de sus informaciones por medio de esta plataforma.

Además, se determinó que la preparación e implementación del contenido multimedia en cada una de las ediciones analizadas, es casi inexistente. De manera que, la visualización de las noticias ofrecidas no es más que la retransmisión de las informaciones preparadas para la radio, con los mismos locutores y personeros que realizan las ediciones matutinas radiales. Un método que choca con las funcionalidades en las que centra una red social como lo es su interacción y dinamismo en que se ofrecen las noticias.

Por parte, se constató que la audiencia usuaria de la plataforma de Facebook, pese a que catalogan el contenido de Noticias Actual como bueno, consideran que la atracción y presentación de las informaciones no es la más adecuada. Generando así una falencia en la ejecución de esta modalidad, que se centra en la producción audiovisual y no tanto radial.

Por tanto, se concluyó en que el trabajo de redes sociales para Noticias Actual deberá ser separado por completo de lo que realizan para la radio, de manera que, se considera la creación de un producto, tipo prototipo, para la creación y aumento de una posible audiencia a quién dirigirse como noticiero tradicional, en las intermediaciones de las plataformas digitales.

Por último, se realizó una propuesta de una estrategia de comunicación que abarque las principales funciones que se deben concretar para un relanzamiento de este servicio informativo a través de las redes sociales, con un producto que destaque la diferenciación en el tratamiento de la información, y la dedicación que ofrecería este noticiero al público en específico al que se dirige.

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

### Planteamiento del Problema

La radio en Costa Rica se ha sometido a cambios desde que comenzó su historia. La tecnología es el principal responsable de que esto suceda y lo que provoca distintas maneras por las cuales se divulgue la información que constantemente aumentan en el mundo de la internet.

El noticiario radiofónico de hoy también sufre cambios en su forma de transmitir al público las diferentes informaciones, no obstante, no deja de ser unos de las principales fuentes de información de los costarricenses. Adherido a esto, los medios digitales refuerzan los canales de noticias a nivel nacional y la radio no debe de quedar al margen de estos adelantos tecnológicos o solo en frecuencias modulada FM o en amplitud modulada AM.

Por tal razón, es que evoluciona el trabajo en las redacciones de las radioemisoras en su forma de transmitir y presentar la información de los noticieros radiofónico; se piensa más allá de la dicción o modulación de voz; se crea una rutina en la que las noticias del día también tienen que estar puestas a la vista de los internautas y no solo de los oyentes.

Sumado a lo que se menciona anteriormente, Arce (2013), citado por Zúñiga (2016), se puede señalar que:

La facilidad del uso de las redes sociales provocó que los costarricenses comiencen a hacer un uso masivo de estas, los medios nacionales mediante sus páginas web, las cuales registran un uso de 92% de usuarios en Facebook y 80% de usuario en Twitter (p. 117).

Esta audiencia especial se vuelve cada vez más exigente y estricta con el contenido que se ofrece en plataformas como las redes sociales. La imagen, el audio y en ocasiones el video, son fundamentales para una transmisión de un noticiario radiofónico dentro de una plataforma como Facebook, la cual alberga el mayor uso por parte de los costarricenses con un 76%, después del sistema de mensajería WhatsApp, con 83% (Latino-barómetro, 2018, p. 1).

El medio de comunicación tradicional, radio Actual FM, que se transmite por 107.1 FM, sostiene una programación variada por medio de la modalidad Live de Facebook, en su mayoría. Allí, Noticias Actual mantiene su contenido periodístico para su respectiva audiencia, por lo que

apuntan a los usuarios que día a día se conectan para buscar la información que le es más fácil de encontrar.

La presente investigación contempla las principales características que debe tener el contenido periodístico radiofónico que, a su vez, se reproduce mediante la plataforma digital de Facebook. Es decir, determina las necesidades, herramientas y cualidades que se debe considerar para una correcta transmisión de esta modalidad.

Además, expone los requerimientos fundamentales para un portal de noticias que refleja su imagen y la de sus locutores, con sus componentes esenciales de multimedia como el video. De manera que la información recabada, ayudará a establecer criterios teóricos para una correcta transmisión de noticias radiales mediante sus redes sociales.

Tal y como lo apunta Soengas (2013), en su investigación Retos de la radio en los escenarios de la convergencia digital, la tecnología cambia el funcionamiento de las radios emisoras:

Los cambios tecnológicos llevan implícitos cambios estructurales que afectan al funcionamiento de las emisoras desde diversas ópticas: acceso más rápido a las fuentes, opciones de incorporar nuevos formatos, mayores posibilidades de participación de la audiencia en espacios radiofónicos, y agilidad y simplificación en los procesos de producción de la información (p. 7).

Las ediciones de noticias que se publican todos los días en la red social Facebook de Actual Fm, son puestas al alcance de todo el país y el mundo. Cualquier persona con acceso a internet puede observar y escuchar, las veces que guste, las informaciones del día que ofrece el noticiero de esta emisora. Por lo que, las oportunidades de mejorar también se presentan todos los días, con el objetivo de atraer y captar más la atención de un segmento de público específico.

Es por ello, que, la imagen es un importante elemento de atracción dentro de la emisión noticiosa. Por esta razón, se debe considerar como un componente esencial en toda la información que se quiera transmitir mediante una red social como Facebook.

Así lo asegura Soengas (2013), al señalar que “ahora podemos escuchar la radio por Internet mientras vemos imágenes y textos que ilustran las noticias que nos cuentan los locutores” (p. 9).

Se considera así, que la necesidad de informarse a través de la tecnología y la facilidad que esta ofrece para la propagación de contenido que se genera dentro de la radio tradicional, se traduce en una ardua labor para la transformación del material radiofónico al formato digital.

Este trabajo investigativo definirá las herramientas y estrategias fundamentales que deberá tener Noticias Actual para la implementación de contenido multimedia dentro de sus emisiones digitales, mediante la modalidad de Facebook Live, como parte de su entrega informativa del día.

Las radios informativas de Costa Rica viven una intensa jornada cada momento por la inmediatez que este medio ofrece tradicionalmente. Por eso, las herramientas que se requieren para esa labor son estrictamente específicas y estratégicas dentro de una emisora, para que se genere un adecuado contenido informativo a través de formato digital.

Noticias Actual vive en una época novedosa, donde su potencial para difundir información es aún mayor de lo que se utiliza. En la actualidad, este noticiero transmite su contenido periodístico, de manera digital, por medio de su página web, proyectando audio y Facebook Live, emitiendo imagen y audio de su locución, omitiendo así las demás herramientas y facilidades que estas dos plataformas ofrecen para establecerse como medio tradicional adaptado al formato multimediático.

De manera que, el noticiero en el que se centrará esta investigación carece de contenido periodístico multimediático, transformado a formato digital dentro de su red social Facebook Live, siendo esta la principal de todas sus redes inscritas, convirtiéndose así en un medio de comunicación tradicional con muchas posibilidades de ampliar y propagar su información y programación radiofónica.

Por eso, es necesario que se evalúe la efectividad de la transición de la noticia que se elabora para un radio noticiero, al formato diferenciado digital. Recabando así las medidas y herramientas principales que debe utilizar Noticias Actual para adecuarse al estilo multimediático.

Así lo señala Mena (2016), tras reconocer que el uso de las redes sociales hoy son una vitrina al mundo digital y el contacto con su audiencia:

Las características específicas de cada red social y los usos de la audiencia que les da inciden en que los medios digitales tengan su mayor ventana en la red social Facebook, la cual permite una mayor flexibilidad en los espacios de diálogo (p.343).

Añadido a esto, las distintas maneras de elaborar una noticia promueven que éstas sean capaces de ser accesibles para el lector ya que la información está propensa a ser interpretada y comentada, a través de las facilidades que hoy se ofrecen en las distintas plataformas.

García y Montoya (2016), agregan que la oportunidad de participar gracias a las distintas plataformas virtuales es un aporte secundario para quienes ejercen la comunicación:

El ciudadano de la audiencia quiere también intervenir. Quiere aportar su visión igualmente respetable, y muchas veces más cualificada que la del reportero o redactor. Puede incluso gozar el simple espectador, lector u oyente de una inmediatez a los acontecimientos insustituible (p. 6).

Es decir, el periodista también recibe información estipulada como criterio, la cual se retroalimenta y crea una relación entre emisor y receptor a través de un canal novedoso que facilita esta interacción y crea un fenómeno que surgió desde que plataformas como las redes sociales son de fácil acceso, lo que permite que ambas partes compartan información y criterios de valor para llenar una red de comunicación digital.

Como es característico, Noticias Actual mantiene un estilo serio, rígido, que no incluye música y su formato es estructurado mediante un radio noticiario que emite su información directa y concisa sin mediar con otros actores, tales como sus oyentes. Por lo que, crea un perfil estricto en relación con su cualidad severa informativa de ser el principal actor en la emisión de noticias.

Pero, las nuevas tecnologías afrontan al medio tradicional a una perspectiva distinta que pone a prueba su manera de transmitir, convirtiendo su estilo único en otro más versátil e interactivo, ya que los usuarios de las redes sociales tienen a disposición el servicio de noticiero informativo ofrecido por la emisora, contienen diferentes cualidades a las dirigidas por Noticias Actual en su emisión radial en 107.1 FM.

El público meta de este noticiero es un rango alto en edad. Sus oyentes radiofónicos están acostumbrados a la plena locución de noticias, mientras que los cibernautas tienen a disposición la herramienta multimedia para informarse mediante las redes sociales con mucha mayor riqueza audiovisual.

Todo lo expuesto anterior se concluye en la siguiente pregunta: ¿Es posible adaptar un radio noticiero tradicional como Noticias Actual al contenido multimedia que se transmite mediante una plataforma como Facebook Live?

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Definir una estrategia multimediática para el radio noticiero Noticias Actual enfocada en adaptar las notas radiofónicas tradicionales a la modalidad Facebook Live durante el primer trimestre del 2020.

### **Objetivos específicos**

1. Examinar el uso de las herramientas de transmisión en Facebook Live de Radio Actual.
2. Analizar los elementos de la noticia multimediática radiofónica para su visualización en la transmisión Live de la plataforma Facebook de Noticias Actual.
3. Determinar el contenido multimedia que la audiencia requiere para una correcta emisión de noticias mediante la plataforma En Vivo de Facebook.
4. Establecer la estrategia multimediática para la adaptación de las noticias radiales tradicionales al formato multimedia.

## **Justificación**

Esta sección de la investigación se vuelve indispensable para el proyecto que se pretende desarrollar. Representa la razón y el por qué se decide adentrarse en el tema planteado, de manera que, justifica las decisiones y representaciones del autor con respecto a los objetivos del trabajo y su finalidad.

Así lo refuerza en su investigación Hernández, Fernández y Baptista (2014), asegurando que “la justificación indica el porqué de la investigación exponiendo sus razones. Por medio de la justificación debemos demostrar que el estudio es necesario e importante” (p.39). Por eso, este apartado es vital para la investigación.

Lo siguiente, será un refuerzo de los objetivos plateados en la investigación. La necesidad del comunicador de ponerse en contacto con las personas receptoras de la información y la oportunidad que estos tienen para remitir su interpretación de lo recibido, mediante los distintos canales de comunicación que en la actualidad existen en el mundo.

En este caso, la radio es un medio de comunicación tradicional, de suma importancia, que sirve como principal referencia en los costarricenses por su credibilidad, dinamismo y rapidez informativa desde sus inicios hasta la actualidad.

La variedad de programas abre criterios y opiniones que son de referencia para los oyentes ante la situación social, política, económica y cultural del país, como parte de sus principios y funciones que caracterizan a un medio tradicional como la radio.

En este ámbito, Noticias Actual toma relevancia en su estilo, ya que se considera uno de los noticieros más serios y objetivos del medio tradicional por su característica manera de transmitir la noticia, en el presente cuenta con una estructura similar al famoso radio noticiero Radio Periódico Reloj, el cual se consideró el más importante en su época (Tovar, 2013, párr.19).

De esta manera, se puede reconocer que al mantenerse vigente un noticiero radiofónico tan importante y tradicional, es necesario que exista y se reproduzca en un formato digital, adaptado a sus necesidades, mediante las herramientas adecuadas para una correcta transición de la información periodística radiofónica tradicional a una multimediática.

Constantemente la información de lo que pasa en un país o el mundo se canaliza a través de las redes sociales, las cuales hoy son una parte importante para el diario vivir de las personas, de manera que, se convierte prácticamente en unos de los principales canales de comunicación de quienes consumen las noticias.

Con esto, el medio de comunicación tradicional sea radio, televisión o periódico, genera en sí mismo una necesidad de estar presente en otro canal de comunicación, con el cual diversifica su negocio o producto para llegar donde lo se lo proponga. Ser un medio de información con plataformas variadas es ser un medio actualizado con la tecnología y los consumidores de esta.

La radio y la tecnología forman una alianza gracias a la expansión de esta última. Por eso, el medio de comunicación tradicional afronta un reto de adaptarse al mundo digital a un ritmo muy acelerado que cada año incrementa con fuerza. Los comunicadores que asumen ese reto se adentran en una realidad plasmada en dispositivos que permiten el fácil acceso, de esta manera, toda la información y trascendencia de un producto periodístico es consumible, eso, si se trabaja de forma adecuada y congruente.

El proceso de adecuarse en una plataforma digital como medio de comunicación, tal es el caso de Noticias Actual, representa la necesidad de reformar la manera en que la información se ofrece. Simboliza los efectos de un trabajo periodístico distinto, específico y único en la labor del comunicador, para así llegar a ese oyente o cibernauta de la manera razonable y acorde a las virtudes y herramientas que ofrecen, por ejemplo, las redes sociales.

Por lo tanto, los resultados que arroje la investigación se traducirían en una manera distinta de presentar la radio tradicional informativa al mundo cibernético de la comunicación, adaptado a formatos distintos que son de propiedad tecnológica y multimediática, pero, sin perder la esencia de la voz humana, su interpretación al informar y las características que pertenecen a un noticiero periodístico.

Se crearía un estilo apropiado para mostrar una imagen adecuada al formato multimedia, de un importante medio de comunicación que actualmente se encuentra en cambios constantes, ante plataformas diversificadas y aptas para la evolución que atraviesa la radio, con más afluencia de personas integradas a un formato fabricado para el trasiego de información trascendental del país y el mundo.

Como es habitual en Costa Rica, esta situación de cambio en medios de comunicación tradicionales se vuelve totalitaria en las distintas cadenas de radioemisoras, proponiéndoles más desafíos relacionados a la captación de audiencia, rating y alcance de usuarios registrados en una sola red social.

Por su parte, el conocimiento y las bases que se puedan sentar en la realidad que vive el medio actualmente, es fundamental para adaptarse a los constantes cambios tecnológicos que afronta un medio tradicional como la radio.

Por eso, la investigación será relevante para quienes en su relación laboral periodística sea directamente beneficiados con los instrumentos adheridos a la transmisión de noticias tradicionales y multimediáticas. Así, los consumidores de la información obtendrán el contenido noticioso que se brinde de una forma adecuada y adaptada al canal de transmisión de su elección.

Un noticiero tradicional que se adapte correctamente al mundo multimediático servirá para entender qué se debe conocer a nivel teórico las últimas tendencias de la radio, para así concertar la esencia radiofónica que aún se conserva en las radios nacionales informativas de Costa Rica, pero, en conjunto con otros sistemas y plataformas que hoy en día están establecidas como las más importantes a nivel mundial en la comunicación.

Por lo tanto, será necesario estudiar la viabilidad que tiene este noticiero radial, mediante una estrategia de comunicación elaborada especialmente para el medio informativo que se estudiará, será útil para comprender los pasos necesarios y estrictos para una correcta posición de la información, bajo fundamentos de expertos en el tema que recomienden las mejores estrategias y técnicas especializadas para la emisión de noticias mediante plataformas que diversifican el uso de elementos tecnológicos y de multimedia, los cuales se interrelacionan entre sí para formar una red de comunicación.

## Antecedentes

En este apartado se conocerá la historia de la radio en Costa Rica y su crecimiento a través de los años. Cómo la evolución de la tecnología cambió las diferentes maneras de trabajo en un medio de comunicación tan importante como este. Además, las investigaciones previas que se relacionan con esta para abarcar puntos diferentes y nuevos que antes no se expusieron en temas como la digitalización y transición de la información radiofónica.

Desde sus inicios, la radio en Costa Rica experimentó grandes cambios que incluso se notaron en el mundo. Sus primeras transmisiones de onda corta y onda larga se convirtieron en un hito para el país y para quienes hasta hoy trabajan en este medio de comunicación tradicional que actualmente vive constantes cambios en su rutina de trabajo y propagación del contenido que se genera desde una cabina o redacción de noticiero.

Como lo apunta Tovar en “Cronología de la radiodifusión de Costa Rica” (2013), casi un siglo después de la primera transmisión de onda corta en el país, realizada por Amando Céspedes Marín, convierte esta zona de América Latina como la primera en establecerse una radio emisora comprendida entre los 530 y 1600 khz, que alcanza entre 200 a 300 metros (p. 1).

Fue hasta 1927 que el señor Céspedes pudo realizar, por primera vez, una transmisión de onda larga desde su estación ubicada en Heredia, llamada La Voz de Costa Rica. Según Tovar (2013) “la emisión fue captada hasta en Nueva Zelandia” (p.1). Una hazaña que dejó al país en alto en comparación a las potencias mundiales de aquel entonces.

Por esto, Costa Rica se convierte en uno de los pioneros de la radio, dando grandes pasos en la comunicación desde 1920, evolucionando conforme el mundo fue creciendo en avances tecnológicos que se adaptan a la rutina de trabajo en una radio emisora. Tal y como lo hacen en otros medios de comunicación tradicionales, además, de otros campos de la comunicación.

En relación con el primer noticiero transmitido por radio en Costa Rica, la historia se remonta en 1947 a través de Radio Monumental, en 93.5fm. Como lo apunta Tovar (2013), “Se trató del "Diario del aire", edición hablada del matutino La Nación. La transmisión se hizo todos los días de las doce del día a las doce y media” (p. 1).

De esta manera la radio se fue convirtiendo en uno de los principales medios de comunicación para los costarricenses, en cuanto a los años transcurrieron y los cambios

tecnológicos llegaron a implementar nuevas formas de trabajo, las emisoras cambiaron su estilo de vida y herramientas para la transmisión de información.

### **Investigaciones Internacionales**

En este apartado se presentarán investigaciones realizadas fuera de Costa Rica, las cuales son compatibles y se relacionan con esta, de manera que se abordarán temas novedosos y diferentes con propiedades similares a las expuestas para conseguir completar los objetivos del presente trabajo.

La radio como medio de comunicación es importante en el mundo por su inmediatez y versatilidad de información para las comunidades de cada país. Su exclusividad, que la diferencia de los demás medios tradicionales sostiene su relevancia para la cotidianidad.

Tal y como lo señala Soengas (2013), en su artículo de investigación, “Retos de la radio en los escenarios de la convergencia digital”, de enfoque cualitativo:

Algunas de las características que diferenciaban la radio de los demás medios de comunicación eran la ubicuidad, la instantaneidad y la movilidad, y estas singularidades influían directamente en su éxito entre la audiencia porque ofrecía unas condiciones de escucha con las que no podían competir ni la prensa ni la televisión (p. 6).

Esta investigación representará la radio en la actualidad con muchas herramientas que la ponen a un nivel alto como otros medios de comunicación tales como la prensa o la televisión, con la versatilidad que ofrece más contenido multimedia, por eso, el presente proyecto se relaciona con abarcar las nuevas modalidades o tendencias en un medio tradicional como la radio.

Asimismo, se puede confirmar que un medio de comunicación como la radio mantiene su credibilidad y seguridad a la hora de informar a lo largo de los años desde que creció como medio tradicional. Sus herramientas de trabajo se reforman con capacidades mayores en equipos de transmisión, computación para amoldarse a formatos alternativos o digital. De esta manera transfiere esa veracidad informativa de las ondas al ciber mundo.

Díaz (2013), en su trabajo “Análisis de la calidad de las páginas web de las principales cadenas de radio temáticas españolas: Las nuevas estrategias para aumentar la participación de la audiencia” indica que:

Por eso la tecnología continúa siendo aliado de las emisoras conforme los años pasan, aumentando más su necesidad de adaptarse a los cambios que día a día esta ofrece. Como por ejemplo la rutina de trabajo y la variedad temática de contenidos en el internet, el acceso inmediato y la interactividad de los usuarios (p. 2).

Este proyecto concluye en que es sumamente importante la localización de una emisora en la web, ya que expande su transmisión a lugares donde la onda larga no alcanza, tales como países del otro lado del mundo los cuales acceden de forma fácil a la información que la emisora brinde.

Por eso, se relaciona con esta investigación, ya que las herramientas tecnológicas son actualmente la mejor opción para el funcionamiento de una radio que genere contenido informativo a su audiencia. El trabajo periodístico dentro de estas también es fundamental para que se adapte a las necesidades de equipos con el mayor avance tecnológico.

Los periodistas de hoy en todo el mundo desarrollan habilidades estratégicas que le permiten administrar mejor sus recursos a nivel profesional, para una mejor adaptación y realización del trabajo de manera conjunta con la tecnología. Asumiendo así, retos importantes que se implementan con las nuevas labores.

La tesis doctoral de Ramos del Cano (2016), de enfoque cualitativo, llamada “Radio y redes sociales. Nuevas competencias y estrategias de interacción entre la audiencia y el periodismo radiofónico”, expone que:

El nuevo perfil de community mánager radiofónico se configura, tal y como apuntan en un 91,1% de los casos las respuestas, de los mismos 56 entrevistados, como un rol complementario y no autónomo. Así, las labores relacionadas con la gestión, actualización y explotación las redes sociales son asumidas o bien de manera diseminada por parte de toda la plantilla o bien sobre una única persona del equipo que amplía sus funciones y, además de continuar con sus labores anteriores (p. 601).

Exponiendo así el contexto, que se relaciona con la presente investigación, del periodista radiofónico de la actualidad que asume labores y roles nuevos sus labores, donde la audiencia de y el público meta de una emisora como Actual FM, cada vez va más alineados a la perspectiva digital y multimediática, obligando así al periodista y medio de comunicación adaptarse a esta modalidad, la cual cada vez se renueva y enfoca en objetivos comunes de la comunicación digital.

De la misma manera, los periodistas de los medios tradicionales son objetivo de la transformación y adaptación a las nuevas plataformas digitales. Estos, conforme pasa el tiempo, se readecuan a las nuevas maneras de trabajar que representan la dedicación a una nueva propuesta de la información.

Además, Fátima Martínez Gutiérrez (2013), autora de la tesis doctoral llamada “Los nuevos medios y el periodismo de medios sociales: Análisis y aplicación de las redes sociales en los medios digitales españoles” de enfoque mixto, expone en una de sus conclusiones un concepto interesante en materia de periodismo, definiendo el:

Periodismo de Medios Sociales como los nuevos modos y fórmulas de ejercer el periodismo mediante el uso de nuevos medios y su divulgación en redes sociales como son Facebook y Twitter, donde intervienen la actuación de periodistas, de los medios de comunicación junto con la participación de la audiencia, dentro de entornos digitales interconectados en los que la información circula a una gran velocidad (p.407).

Por lo que, el trabajo del periodista hoy se adentra en estas plataformas casi que de manera obligatoria. Donde la audiencia también es parte de la labor del comunicador al tener oportunidad de participar mediante comentarios que se plasman en una transmisión en vivo o publicación en las redes sociales. De esta manera, la investigación de Martínez se apega al presente proyecto de investigación.

### **Investigaciones Nacionales**

En el país, este tema es analizado en muchas perspectivas y ramas que ofrece la radio como medio de comunicación tradicional, así como las nuevas tecnologías que constantemente aumentan en la cotidianeidad de las personas a la hora de elegir un canal para informarse del acontecer nacional e internacional.

Estos constantes cambios en la tecnología hacen que el radio noticiero se vuelva más que una emisión por las ondas del FM o AM. La evolución de la tecnología genera la necesidad de incorporarse a los medios alternativos y digitales como parte de la demanda que los usuarios y mismos oyentes producen.

Como lo indica Zúñiga (2016), en su tesis para la licenciatura, de enfoque cualitativo, “Un acercamiento a la radio costarricense: perfiles, rutinas de trabajo y herramientas tecnológicas en el

periodismo radiofónico de Radio Monumental y ADN Radio”, los teléfonos inteligentes son vitales para adquirir la información de manera más fácil y rápida en cualquier momento (p. 2).

Esta investigación tiene como resultado la efectiva funcionalidad de las aplicaciones o Apps para el efectivo trabajo periodístico en radio y digital. Por lo que, refleja una estrecha relación en el tema central de esta investigación.

Las generaciones nuevas implementan un nuevo rol de trabajo, producto de estos aportes que dan las nuevas tecnologías de la comunicación, o mejor conocidas como TIC, para la fabricación de contenido distinto al que anteriormente antes se emitía de forma unilateral.

Alvarado (2017), expone en su tesina de bachillerato, llamada “Análisis de la apuesta de Noticias Columbia a las nuevas tecnologías de la información el Facebook y sitio web para captar la atención de los millennials durante el III cuatrimestre del 2017”, de enfoque mixto, “estamos en la era de cambios acelerados, todos los días hay una aplicación nueva que llama la atención de los cibernéticos, y no es malo, pero a cómo cambia el mundo tecnológico, debe cambiar el medio” (p.95).

De esta forma, Alvarado (2017), concluye que las generaciones actuales de un radio noticiero reconocido en el país, son de alto uso de plataformas tecnológicas, ya que crecieron de la mano con herramientas que ofrecen contenido informativo, y cada vez recurren menos a fuentes de información tradicionales como la radio y la televisión (p.118), por lo que se concierne directamente con esta investigación, en alusión a los cambios de trabajo que se deben realizar en un medio de comunicación tradicional inmerso en el mundo tecnológico.

Se produce un fenómeno que activa en los periodistas una modalidad nueva con habilidades y requerimientos más exigentes que los medios de comunicación necesitan en su producción de información ante cualquier canal que se transmita.

En el caso de tipo digital, los periodistas que están acostumbrados al medio tradicional hoy utilizan herramientas tecnológicas ya adaptados a este tipo de labores para cumplir con su objetivo; informar con rapidez.

Algo similar apunta la investigación cualitativa llamada “Preparación profesional en periodismo digital en la Universidad Internacional de las Américas”, de Castro (2016), al asegurar

que “los profesionales en comunicación deben marcar la diferencia con la ciudadanía, por el uso que les da a estos aparatos tecnológicos es decir su impecable capacidad de poner esas tecnologías al servicio del Periodismo” (p.35).

Esta investigación concluye que los profesionales hoy no están altamente calificados con las nuevas modalidades de trabajo que exige un medio de comunicación digital costarricense, por lo cual la indagación hace referencia a la necesidad de exponer la falta de personal educado para laborar en un ámbito tan característico como el periodismo digital y multimediático (Castro, 2016, p.123).

De ahí, la conexión con esta investigación es en alusión al apartado que se investigará en el primer objetivo, de la persona que opera los programas adaptados a la modalidad de transmisión por Facebook Live.

De esta forma, la radio atraviesa las fronteras no solo de manera auditiva, sino visual. Considerando que las plataformas actuales permiten esta labor, producen un cambio generacional en un medio de comunicación tradicional. Transformando así su labor diaria dentro de una cabina de transmisión o redacción de noticias que también emite sus ediciones a través de la FM o AM.

Martínez (2009), en su investigación “La producción radiofónica deportiva en Costa Rica, tras la aparición de Internet”, de tipo descriptiva, concluye que:

Se tiene otra posibilidad vista como un plus y es el hecho de interactuar con el oyente mediante las páginas de internet o los diversos métodos de comunicación y no solo a nivel local, sino que también a nivel mundial. La radio se vuelve global (pp.147-148).

Por lo que, apunta a un claro ejemplo de lo que hoy estamos viviendo con la visualización de las cabinas de radio, y su noticiero al aire, en donde usuario del internet, específicamente de redes sociales como Facebook, comparten ideas y opiniones que de cierta manera aportan al contenido que ofrece el medio de comunicación como tal.

Por consiguiente, la investigación antes citada se relaciona al mencionar que herramientas digitales de hoy son vitales para que la radio, como medio tradicional, siga evolucionando de la mejor manera a su paso de adaptación.

Como medio de comunicación, es importante que se mantenga dentro de las principales fuentes de información de las personas en Costa Rica, habilitando así diferentes opciones las cuales el ciudadano elige a su conveniencia, ya sea por su alcance de herramientas tecnológicas que permitan el acceso a la información, o por su facilidad inmediata de ser en una radio emisora. Ambas alternativas son importantes que se conserven para así proporcionar a las personas de distintos lugares del país y el mundo, la información necesaria y el contenido correcto para difundir.

En la tesina de Meléndez (2016), la cual se titula “Análisis sobre el aprovechamiento de la radiodifusión en Costa Rica, durante el primer cuatrimestre 2016”, enfoque mixto, hace referencia a la importancia de un medio de comunicación como la radio, de tipo comercial y más urbano, pero diferencia la manera de trabajar para subsistir, ya sea entreteniéndolo a la población, concluyendo que:

Son espacios que tienen gran seguimiento ya que su alcance puede ser mayor debido a la capacidad de transmitir que tienen para hacerlo, pero carecen de espacios culturales, educativos o cualquier otro servicio social, que a diferencia de los rurales sí lo hacen (p.111)

Las radios que alcanzan una mejor cobertura a nivel nacional son de vital importancia a la hora de adentrarse en el mundo multimediático, máxime cuando se trata de una radio que ofrezca información y educación como Actual FM.

Por eso, la investigación mencionada anteriormente, conlleva una relación con este proyecto ya que proyecta una visión teórica a la conservación del medio tradicional, que, a su vez, se apega al propósito de transformar el contenido a otro formato que puede ser alcance para otro tipo de población o público meta.

## **Proyecciones**

La principal perspectiva que plantea la investigación es establecer una propuesta estratégica de comunicación para la adaptación de nuevos elementos de multimedia incluidos en la transmisión de Noticias Actual a través del formato digital Facebook Live.

De esta manera, se pretende darle la oportunidad al radio noticiario de exponerse en el mundo digital y las distintas plataformas digitales en las que se adapte conforme pasa el tiempo, creando así una nueva y específica comunidad que ya está dentro de este modelo de canalización de información, con la tecnología como principal herramienta productiva de la comunicación.

Además, se detallarán las herramientas específicas periodísticas con las que Noticias Actual debe trabajar para la ejecución de su información en formato multimediático, mediante plataformas de redes sociales que permitirán esclarecer la imagen noticiosa y el producto que se ofrece para esta modalidad, de manera que se expanda la atracción del público, para un mayor alcance e interactividad con los usuarios.

Se pretende, de esta manera, crear un posicionamiento del producto periodístico, ya que se convierte en una plataforma más de información donde los usuarios de las redes sociales, como Facebook, podrán consumir y disfrutar la calidad que puede ofrecer el radio noticiario que se investiga.

Se definirán las características y componentes de la información realizada para el formato radiofónico, para su transición al formato digital dentro de la imagen proyectada en la modalidad Live. De manera que, se establecerá un estilo único del noticiero para propagación del contenido periodístico adaptada a la nueva tecnología.

Se contempla la entrega de una amplia perspectiva de cómo se trabaja a nivel profesional la plataforma de Facebook Live, adaptado a una radio emisora que transmite su contenido a los usuarios para mayor alcance. Por lo que, sus sistemas y herramientas necesarias para cumplir con esto serán analizadas y detalladas con el fin de mejorar y facilitar la transición de la información periodística.

Con esto, la información recopilada será de gran valor para otros periodistas que pretendan incursionar en dicha modalidad de transmisión en vivo, ya que, al determinar el correcto funcionamiento, las herramientas apropiadas y el uso adecuado de la información en este formato,

los profesionales en la comunicación obtendrán un aporte valioso para labor, ya sea desde un inicio del proyecto periodístico, o bien, para una mejora continua de su trabajo.

Se espera que el resultado de la investigación destaque las funciones del controlista dedicado a incluir el contenido de la información periodística del noticiero, de manera que las características propias de este se exploran durante el proyecto investigativo. Así, las ocupaciones del encargado será determinar la información concreta que se complemente con las noticias radiales mediante la plataforma de Facebook.

De este modo, cualquier radio emisoras que esté incursionando en el ámbito digital tendrá una contribución importante en la asignación de labores, determinación de herramientas y funcionalidades de personal y equipo que se requiera para las transmisiones en vivo, a través de plataformas digital, en este caso, específicas para el Facebook Live.

Por lo tanto, esta investigación contemplará esa combinación entre lo digital y radial, lo cual engloba los diferentes conceptos que se acaparan en ambos ámbitos. De esta manera, la audiencia del medio de comunicación tendrá una mayor facilidad de información mediante las construcciones y producción de noticias, las cuales serán transformadas, a nivel visual, para así captar la atención de los usuarios y seguidores.

### **Limitaciones**

En todo proyecto de investigación existen distintos tipos de limitaciones que impiden el desarrollo del algún aspecto o punto en específico que este dentro de la órbita de búsquedas de respuestas y conclusiones que se plantean en este proyecto académico.

Algunas de esas limitaciones son la pausa en las transmisiones de Facebook Live que mantiene el radio noticiario de Actual 107.1 FM. Dentro de lo estipulado por el medio, en un inicio, Noticias Actual realizaba sus emisiones en vivo todas las mañanas, en horario de 6am a 7am. Sin embargo, las condiciones que mermaron la continuidad del proyecto, producto de la pandemia por el Covid-19, produjeron la detención de dicha emisión radial.

Por lo que, Noticias Actual y la gerencia de Radio Actual, acordaron dejar un espacio de información cada hora en la programación de la radio. Dejando así reducido el trabajo por parte

de los periodistas, ya que la información en la actualidad únicamente es transmitida por la frecuencia modulada de 107.1, y ya no por la plataforma de Facebook Live.

Hasta la fecha, los trabajadores de Noticias Actual realizan todo el producto noticioso desde sus hogares. De manera que, gracias a la tecnología, el servicio continúa realizándose para la audiencia de la radio, enviando los micros noticieros grabados para su transmisión entre cada programa estipulado en la parrilla de Radio Actual.

No obstante, el análisis de las transmisiones en vivo de Noticias Actual será realizado con ediciones ya hechas, las cuales fueron publicadas dentro del espacio de tiempo establecido en esta investigación, en donde se mantienen como archivo guardado.

Por lo tanto, las ediciones de noticias que serán analizadas mediante el instrumento de investigación de la observación se efectuarán con vídeos ya realizados durante los meses de enero, febrero y marzo del 2020, las cuales fueron realizadas mediante la plataforma de Facebook live y fueron guardadas para unidad de análisis planteada, con el fin de producir los resultados deseados en el presente proyecto investigativo.

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

En presente capítulo se explican y analizan las teorías que se vinculan al problema de investigación; es decir, la información se requirió para fundamentar desde diversas perspectivas el objetivo principal de esta indagación.

Según Barrantes (2006), el marco teórico “cumple una función fundamental en la investigación: darle sustento teórico, o sea, explicar las relaciones entre las variables que componen el problema. Sin un marco teórico, difícilmente podrían explicarse los resultados obtenidos u mucho menos interpretarlos de manera fructífera” (p.125).

Además, se exponen algunos conceptos que podrían ser desconocidos para los lectores del estudio, ya que conocer de su significado es relevante para la comprensión clara y oportuna de la lectura.

A continuación, se presentan las teorías y conceptos sobresalientes e importantes para una mejor comprensión de la lectura, gracias a los datos recolectados para la investigación.

### **Teoría de la comunicación**

La comunicación es uno de los conceptos que se encuentra muy presente y constantemente en esta investigación. En su totalidad, representa la principal herramienta de trabajo pese a su extenso significado, el cual resulta ambiguo describir.

No obstante, Aguado (2004), en su descripción de este término, permite acercarse a la realidad en donde se entrelaza con otra cantidad de conceptos inmersos en la humanidad y todo lo que la rodea. Apunta que:

El concepto de comunicación es un concepto problemático y complejo: Abarca fenómenos comunes en contextos muy diversos: físico, biológico, social... Abarca fenómenos diferentes en un mismo contexto: una conversación entre dos interlocutores y una reacción a una señal de tráfico son dos hechos comunicativos sociales y, no obstante, sustancialmente diferenciables. La comunicación es un concepto amplio y elástico, que se desliza constantemente entre la polisemia, la ambigüedad y la multidimensionalidad (p.11).

Sin duda alguna, la comunicación implica una importante concentración de términos y referencias que representan la enorme variabilidad en interrelaciones entre las personas y los

mecanismos que facilitan el proceso del mensaje de un punto a otro. Por eso, es necesario del conocimiento de esta teoría para el desarrollo de esta investigación.

### **Teoría de la Aguja hipodérmica**

Esta teoría explica la manera en cómo los medios de comunicación tienen el poder de insertar su ideología en las masas, a través de mensajes directos, creando así comportamientos que se generan según la percepción de las personas hacia los comunicadores (Alvarado, 2017, pp. 38-39).

Cáceres (2021), explica que este concepto apegado a la realidad que hoy vive el mundo. Sin embargo, haciendo referencia a sus comienzos en el siglo XX al señalar que:

Su inicio se sitúa entre la Primera y Segunda Guerra Mundial por Laswell, tomando como ejemplo el trabajo hecho por Joseph Goebbels, utilizando a la radio cine, teatro y prensa, para poder así manipular a las masas a partir de la idea pseudocientífica de la supuesta superioridad de la etnia aria sobre las demás (p. 12).

Los efectos de la Aguja Hipodérmica que se viven en la actualidad en países latinoamericanos se relacionan con el nivel de cobertura que los medios deciden transmitir a temas como las decisiones socio económicas del gobierno al país, como parte de su contenido informativo.

Tal y como lo publicó El Comercio, (2016), citado por Cáceres (2021), ejemplifica la situación de un país con las tecnologías como el internet de esta manera:

Otro ejemplo más claro de cómo la Teoría de la Aguja Hipodérmica sigue vigente es la circulación de noticias falsas en internet, como la que pasó en Lim, Perú. “¡Alerta! ¡Tráfico de órganos! ¡Cuiden a sus hijos!”. Una noticia falsa en Facebook demostró su poderoso alcance: habitantes de un sector pobre de la periferia de Lima salieron enardecidos en busca de los delincuentes, destruyendo todo a su paso” (p.13).

Por esta razón, este fenómeno es importante considerar dentro de la investigación como evidencia de la histórica relación de los canales de comunicación con las masas y el control que se decide mostrar sus efectos en la población consumidora de información.

### **Teoría de la Agenda Setting**

Rodríguez (2004), define la Agenda Setting como aquella que “estudia cómo los medios ejercen influencia en las audiencias mediante los temas considerados de mayor relevancia” (p.15).

Por su parte Cáceres (2021), explica que esta teoría “insiste en que los medios de comunicación manejan la información como una agenda, es decir, una serie de prioridades de ahí ellos dan importancia a ciertos temas que consideran de interés” (p.15).

Dos descripciones que relacionan eventualmente las decisiones que se toman en un lugar como las redacciones de los medios de comunicación, apegados a los acontecimientos que suceden en el país y el mundo, agregando el internet con sus plataformas de comunicación de masas como las son las redes sociales.

Para autores como Petrone y Facundo (2009), citado por Cáceres (2021), “la agenda defiende tres tipos de intereses, que son los públicos, la de los medios y la política. Cada una se posiciona dependiendo el contexto socioeconómico que esté viviendo la región” (p.15).

Con esto, depende también de la retroalimentación que pueden recibir los medios mediante las nuevas tecnologías. Por lo que esta teoría se va trasladando poco a poco en otro punto de vista, donde la decisión de los temas importantes se inclina por las ideas interpuestas por la población introducidas en los sistemas de redes sociales y medios digitales (Alvarado, 2017, p.42).

De manera que, los comunicadores identifican las necesidades de los usuarios y así plasmarlo dentro de los criterios de los temas de interés público.

### **Teoría de usos y gratificaciones**

Para Otero (2004), citado por Alvarado (2017, p. 40), explican este concepto de la siguiente manera:

Esta teoría se pregunta qué hacen las personas con los medios, para qué los consumen y qué uso hacen de ellos. Pone su interés en los orígenes sociales y psicológicos de necesidades que generan expectativas de los medios masivos y otras fuentes que conducen patrones diferentes de exposición a los medios de comunicación. Se asume que variables como el nivel socioeconómico y la educación generan grandes diferencias a la hora de consumir la información (pp. 127-131).

Es decir, este es una teoría que en la actualidad se aplica mucho gracias al avance de las tecnologías como la internet y las plataformas digitales como las redes sociales, donde los usuarios son partícipes de la información que trasciende a diario, escogiendo a su gusto qué contenido es el que desean consumir.

Martínez (2010), asegura que este es “un modelo centrado en la audiencia y que entiende los medios de comunicación de un modo que satisface las necesidades relacionadas con la interacción social” (p.466).

Por esta razón, es importante tomar en cuenta esta teoría dentro de la investigación, la cual evidencia su aplicación ante los trabajos que podría realizar los objetos del proyecto, como lo es un medio de comunicación.

Este concepto tan amplio, Domínguez (2012), explica los diferentes canales y más conocidos del mundo con estas palabras:

Los medios de comunicación masiva (“mass media”), son aquellos que se envían por un emisor y se reciben de manera idéntica por varios grupos de receptores, teniendo así una gran audiencia; el mundo los conoce y reconoce como la televisión, la radio, el periódico, entre otros (p. 12).

Es decir, bajo un nombre o marca, se trata de una empresa que pone a disposición del público meta y en general sus servicios informativos los cuales alberga los medios tradicionales antes mencionados por el autor, o incluso, podría tratarse de un medio especializado en un tema, que iría enfocado a un grupo de personas específicas.

Por su parte, Golovina, (2014), nos ofrece una perspectiva diferente de lo que son estas empresas en la actualidad, al asegurar que “en la modernidad los medios de comunicación masiva ya no se asocian solamente con los canales de comunicación” (p.191).

De manera que, los medios de comunicación en la actualidad se prestan para aportar dentro de sus quehaceres otras tendencias o profesiones que añaden valor a cada productiva del negocio. Trabajos como el periodismo y publicidad se convergen con otras labores.

De la herramienta de publicidad (instrumento de poder), los medios de comunicación se convirtieron en una fuente de poder, la clave de la popularidad y del éxito [...] El día de

hoy los medios de comunicación masiva juegan el papel de mecanismo para la promoción de productos y servicios, sirven como paneles de discusiones y adquieren un significado especial en la lucha de las empresas por uno u otro segmento de los consumidores (Golovina, 2014, p.191).

Por lo tanto, los medios de comunicación masiva albergan un sinfín de razones por las cuales las personas consumidoras de la información, que tienen al alcance de su mano el acceso a estos canales, son parte de la formación de un negocio gigantesco que contiene la promoción de servicios a informativos o de productos dirigidos a la audiencia.

Tal y como se presenta en el capítulo de introducción de esta investigación, el concepto de medio de comunicación es uno de los principales a tomar en cuenta, ya que se trabajará directamente con uno de estos; la radio para ser específico.

## **Radio**

La radio es conocida como uno de los medios de comunicación más tradicionales de la historia de Costa Rica y el mundo. Su trayectoria ha marcado las vidas de muchas generaciones que crecieron escuchando este medio, como uno de los principales canales de información y de entretenimiento.

De Rosa (2009), amplía el concepto de la radio emisoras en la actualidad como un medio de comunicación muy utilizado, agrega que:

Desde la Primera Guerra Mundial a la actualidad, se fueron mejorando la calidad y la cantidad de las comunicaciones. Pero fue, después de la Segunda Guerra Mundial que la radio comenzó a utilizarse en mayor escala y se crearon radio estaciones, la cual atrajo la fabricación de más unidades de radio y esto generó la masificación del medio. El origen de las estaciones de radio en diferentes partes del mundo fue muy diverso, ya sea a partir de promoción estatal, privada, con fines culturales, o bien, con fines comerciales. En una primera instancia, la radio, mantenía fines meramente informativos y luego, comenzó a variar su rango de acción hasta cubrir diversos aspectos como brindar información, música, cultura y entretenimiento.

Costa Rica es uno de los países pioneros de la radio, dando grandes pasos en la comunicación desde 1920 con transmisiones de alta alcance, efectuadas por Amando Céspedes

Marín, que más adelante dan paso a las transmisiones informativas de lectura de los periódicos en la época del siglo XX, lo cual poco a poco fue transformando su forma y dedicación hacia lo que hoy la conocemos en el país (Tovar, 2013, p.1).

La radio representa inmediatez y sencillez en el servicio informativo. Es uno de los medios de comunicación que prácticamente se encuentra en cualquier rincón del país o el mundo. El acceso a este medio es gratuito siempre y cuando se tenga un receptor de señales radiofónicas. De esta manera lo define Domínguez (2012):

La radio es medianamente portátil, pues se puede escuchar en los automóviles, en algunos dispositivos de música portátil, como los MP3, incluso en algunos teléfonos celulares, es por tal razón que sus alcances de audiencia son muy amplios, porque todo el mundo tiene acceso a la radio (p. 52).

De esta manera, este medio de comunicación representa versatilidad para quienes laboran diariamente en la propagación de la información. Sus distintas formas de acceso permiten a la audiencia optar por esta opción para el recibo de notas informativas, en el caso de que la emisora sea de este estilo, tal y como es la que se analiza en esta investigación.

No obstante, en los últimos años la radio generó cambios en su propia estructura. Constantemente dentro de las transmisiones que se emiten por las ondas radiales tradicionales, ya sea la FM o AM, las comunicaciones que emiten las personas informantes o locutores, es acerca de su otro espacio radiofónico inmerso en el desarrollo de las Tecnologías de la Información (TIC's). De esta manera lo expone Ramos (2015) en su investigación, al escribir que:

El auge de la Internet y las posibilidades que ésta ofrece tanto a productores como a consumidores ha provocado que la radio vuelva a entrar en una profunda crisis, desde el plano empresarial como desde el plano comunicativo. De nuevo, el medio de las ondas se enfrenta a una batalla por la supervivencia, pero en esta ocasión el competidor es un medio multimedia que ofrece al usuario mucho más de lo que cualquier otro medio actual puede ofertar. En este caso el planteamiento de futuro es claro: reinventarse o morir (p.762).

De esta manera, se puede asegurar que la radio en la actualidad está en constantes cambios que son generados por las propias necesidades que produce el internet. Cada una de las personas que tiene acceso a la web, son aquellas que probablemente tendrán también acceso a la radio tradicional, sin embargo, si esta última está también en la plataforma digital será de mucha más accesibilidad y oportunidad para el usuario acercarse a este medio de comunicación.

El objeto de investigación está directamente relacionado con una radio emisora de Costa Rica que está inmersa en el espectro de radiodifusión y abarca el manejo de las masas y su impacto en estas dejando como resultado la función de informar y entretener a la población.

Asimismo, es una radio emisora que se somete a los cambios de las tecnologías que se ofrecen en la actualidad para también estar presente en cualquier plataforma que lo requiera el oyente o usuario. Por eso, este concepto es de vital importancia tomarlo en cuenta dentro de este capítulo.

## **Internet**

Este es uno de los conceptos que engloba en su totalidad la funciones que en la actualidad realizan muchas de las profesiones, entre esas el periodismo. Representa uno de los elementos más importantes para efectuar esas labores, ya que “hoy Internet es parte de la vida de millones de personas en sus distintas actividades. Por ejemplo, el trabajo” (Martínez, 2009, p.69).

Para adentrarse en un concepto más específico de lo que es internet, Castro (2016), escribe que “la Internet, en resumen, se entiende como el conjunto de servicios y protocolos que funcionan en una red interconectada de comunicación. Estos servicios incluyen, los correos electrónicos, transmisión de archivos, conversaciones en línea, mensajería instantánea y juegos en línea” (p.14).

De manera que este apartado en el presente capítulo alberga una relevancia importante debido a su aplicación en casi todas las ventanas de trabajo. La internet es una herramienta valiosa para las comunicaciones entre las personas, y más aún, para los medios de comunicación.

Según las teorías expuestas a lo largo del tiempo desde la creación del internet, las oportunidades para que la sociedad evolucione constantemente en la producción de contenido es cada vez aún mayor. Ya que, en los inicios, los receptores de la información no eran partícipes, pero gracias a las modificaciones y la evolución esto fue cambiando.

Para reforzar lo anterior, García (2014), citado por Castro (2016), explican que “la Web 1.0 era más de lectura y con páginas bastante estáticas en la 2.0 cualquiera puede crear, la democratización de la edición se hacía más patente que con el paradigma Web anterior” (p.15).

No obstante, otras investigaciones apuntan al otro tipo de web, llamada Web 3.0. Hernández y Küster, (2013), señalan que:

La Web 3.0 marca los principios para crear una base de conocimiento e información semántica y cualitativa. Se pretenden con ello, almacenar las preferencias de los usuarios (gustos, costumbres, conectividad, interactividad, usabilidad, etc.) y al mismo tiempo, combinándolas con los contenidos existentes en redes sociales e internet móvil, entre otros, poder atender de forma más precisa las demandas de información y facilitar la accesibilidad a los contenidos digitales, proporcionando con ello, una herramienta esencial para la aceptación, adopción, flujo y funcionalidad de la publicidad de la empresa con el objetivo de fidelizar al usuario con las marcas que se presentan en la red (p.107).

Por lo tanto, el internet y las nueva Web son un concepto de mucha relevancia dentro de esta investigación. Su capacidad de permitir a los usuarios interactuar y de darle una perspectiva diferente a las labores de los medios de comunicación y de quienes laboran en estos.

De manera que, para los objetivos propuestos, el internet es de las principales herramientas de las que se dispondrá para poder cumplirlos.

### **Medios Digitales**

Las diversas ejemplificaciones que tiene este concepto representan la versatilidad que existe hoy en día para comunicarnos. Acosta (2018), explica el término como:

Aquellos formatos a través de los cuales se puede crear, observar, transformar y conservar la información en una gran variedad de dispositivos electrónicos digitales. Por ejemplo: las imágenes digitales, videos digitales; videojuegos, páginas web y sitios web. Los medios de comunicación social, las bases de datos, los audios digitales y libros electrónicos son medios digitales. Asimismo, estos medios digitales representan una valiosa herramienta para promover nuevas empresas resaltando su imagen de marca mediante el uso adecuado de estrategias de comunicación y marketing digital (p. 1).

De la misma manera, este concepto es de vital importancia para esta investigación debido a que sus principales características, anotadas por el autor anterior, son las bases de la estrategia que se planteará para el medio de comunicación que esta investigación pertenece.

Para ampliar el significado de medios digitales, Jódar (2010), expone la esencia de los medios digitales como los nuevos medios, emergentes de lo tradicional a lo digital. Anota que:

Estos *new media*, denominados así por su vinculación con sus predecesores no digitales, vienen a ser una redefinición de los medios tradicionales adaptados a la nueva realidad digital. Este es el caso de la prensa, escrita tradicional, cuyo paradigma digital se encuentra en el periodismo electrónico, que ha evolucionado para ofrecer un tratamiento más especializado de los contenidos y una inmediatez poco habitual (p. 6).

Por lo que, para un periodista perteneciente a un medio de comunicación tradicional, el cambio de la tecnología revoluciona su labor a introducirse al ámbito digital. Los medios de comunicación como la radio también emergen a estas plataformas y transforman su forma de operar según las necesidades del medio y su audiencia específica. Así lo expone Soengas (2013), al escribir que:

Los cambios tecnológicos llevan implícitos cambios estructurales que afectan al funcionamiento de las emisoras desde diversas ópticas: acceso más rápido a las fuentes, opciones de incorporar nuevos formatos, mayores posibilidades de participación de la audiencia en espacios radiofónicos, y agilidad y simplificación en los procesos de producción de la información (p.29).

Por lo tanto, los medios digitales que se encuentran al alcance de los usuarios del internet y de las tecnologías de la información agregan un valor importante para la labor del periodista o comunicador, ya que traen consigo mismo un mundo de oportunidades valiosas para el tratamiento y publicación del contenido periodístico.

### **Teorías de la Información**

Ante un tema tan amplio que abarca muchas aristas dentro de su propio significado, Vico (2011), resume la teoría de la información como un mapa en donde “su objetivo fundamental es orientar y situar el conocimiento en torno a la comunicación, con una dirección concreta específica para investigar la información” (p.1).

Además, este autor agrega que los diferentes ámbitos en que se encuentra este concepto son un fenómeno muy importante:

Los cambios tecnológicos y sociales son tan vertiginosos que la Teoría de la Información se enfrenta a la necesidad de mutar muchas de sus categorías para seguir cumpliendo su objetivo de cartografiar todo conocimiento y todo fenómeno comunicativo e informativo que suceda en el entorno (p.1).

De manera que, las transformaciones y adaptaciones que la tecnología va provocando en nuestro entorno, también son parte de las teorías que sustentaron por muchos años la comunicación en el mundo, manteniendo así esos constantes cambios conforme la digitalización avanza constantemente, que, a su vez, crece en conjunto con las nuevas plataformas o canales de comunicación inmersos en la internet.

Por tanto, esta teoría, como las antes mencionadas, se apega a esta investigación de manera directa al relacionarse con los diferentes elementos que la componen, como la modalidad virtual y sus canales de comunicación, así como todo el entorno que rodea el medio de comunicación estudiado.

### **Periodismo**

Diezhandino (1994), citado por Eiroa (2014), describe esta profesión de la siguiente manera: “el periodismo destaca por su carácter informativo y social y por un proceso consistente en recoger, sintetizar, jerarquizar y divulgar contenidos de la actualidad difundidos a través de distintos canales” (p.3).

Esta rama de las ciencias sociales se centra en informar e interpreta la realidad social que vive un país en el presente, dejando así sus efectos de análisis y razón plasmados en cada edición informativa que realizan los medios de comunicación. (Eiroa, 2014, p. 4). Adicionalmente, las nuevas tecnologías de la información se adaptan a estos criterios y son parte de la formación de la opinión pública.

Como en esta investigación su principal cobertura de estudio es el tratamiento de la información periodística, este concepto es de esencial reconocer su significado y objetivo en la población.

Para ampliar aún más el significado de esta profesión, se puede acotar con las palabras que escribe García y Montoya (2006):

El periodismo es hoy por tanto una obligación propia de toda la vida social pública, añadiendo las propias noticias o incorporando los nuevos datos. El modo en que llevemos a cabo ese periodismo afecta a toda la vida pública, mejorándola o debilitándola, uniéndola o enfrentándola (p.4).

Es decir, el periodismo representa todo aquello que a la ciudadanía le pertenece; lo público. Es de las profesiones que engloba los acontecimientos que se llevan a cabo en todo un país y el mundo. Su meta es formar e informar con la veracidad de los hechos y ponerlos sobre la mesa para quienes les afecta directa o indirectamente.

En la actualidad existen muchos estilos de periodismo, ya sea especializados o elaborados específicamente para una audiencia meta. No obstante, dentro de los principales periodismos que se vive hoy es acerca del periodismo ciudadano emergido en la era digital.

En el periodismo de la actualidad “el público participa también en la creación de la noticia. El volcado del artículo no es el punto final del proceso comunicador, como hasta ahora sucedía en los medios tradicionales. Ocurre exactamente al revés” (García y Montoya, 2006, p.3).

En otras palabras, las plataformas tecnológicas han cambiado el rol del periodista, en donde las audiencias son partícipes de la formación de información y la generación de contenido. Allí el periodista encuentra las nuevas formas de crear las noticias que son parte de las personas, quienes también les afectará esa noticia.

### **Periodismo digital**

Si bien se entiende que el periodismo se trata de informar e interpretar la realidad social, el periodismo digital va más allá que eso. Tal y como lo indica Sánchez (2007), el periodismo “es mucho más que trasladar contenidos de la prensa, escrita a la Red; implica múltiples voces, abundantes posibilidades de presentar la información, de contextualizarla y de complementarla” (p.2).

Es decir, con el periodismo digital se abre una puerta grande para exponer la información y el contenido que un medio de comunicación o noticiero quiera transmitir, agregando elementos multimedia que complemente o fortalezcan el material informativo.

Pero, no se trata de un nuevo periodismo, sino de que “los periodistas se vieran obligados a volver los ojos hacia las bases históricas del periodismo: la investigación, la claridad y la brevedad, la contextualización y el manejo de múltiples fuentes para presentar todas las caras de la moneda” (Sánchez, 2007, p.2).

Además, el periodista que trata la información debe generar en sí mismo una responsabilidad aún mayor, ya que el contenido que produce será recibido por aquellos que tienen al alcance de su mano cualquier información que les sea de interés. De manera que, si este contenido no es de calidad, no se prestará mucha atención de parte del usuario, y, por ende, no se cumpliría el objetivo de informar. Tal y como lo apunta Canavilhas (2015):

Se ha pasado a una era en la que información se consume individualmente en cualquier lugar desde un teléfono inteligente o una tableta. Esto hace que la información deje de ser discutida y contextualizada por algún familiar o amigo, lo que implica más responsabilidad para los medios, retomando sumisión de formar e informar (p.360).

Por lo tanto, el acceso extremo que tiene las personas para informarse hoy es un arma que, bien utilizada por parte de los medios de comunicación y del periodista, produce efectividad en la propagación de la información y del contenido que en determinado momento es importante para la audiencia.

De manera que, este concepto centraliza en gran parte del objeto de estudio de esta investigación. Es la combinación del ejercicio del comunicador con la era digital y tecnológica que se vive en el mundo.

### **Comunicación digital**

Como parte de la operación del sistema social en el que se vive actualmente, emergido en los distintos canales o vías de comunicación, las comunidades aplican una interacción entre gracias a la era digital que plasma junto con ellas las distintas formas de relacionarse.

Pero, para tener una mejor idea de lo que es la comunicación digital, Arango (2013), clasifica este concepto como uno de los primitivos dentro del desarrollo de la sociedad y la industria, al asegurar que:

En el aspecto comercial se mantuvo reservado durante varias décadas hasta cuando, en el epílogo del siglo XX, se produjo la gran explosión industrial del mercado de los códigos binarios, manifestados en sofisticados dispositivos dotados de efectivos lectores ópticos y sistemas de almacenamiento, transporte, intercambio y transformación de información. Posteriormente surgieron la Internet comercial y los servicios comunicativos móviles, personalizados y convergentes, que hicieron de la comunicación un nuevo ambiente, una nueva forma de conocer y aproximarse a la realidad... ¿virtual? (p. 676).

Según lo citado, el cambio que produjo la tecnología con los acontecimientos sociales que se presentaron durante los años anteriores, desarrolla una perspectiva nueva de la comunicación inmersa en los canales digitales que actualmente la componen.

De tal manera, el autor anteriormente complementa el significado de este concepto al indicar que:

El advenimiento de la comunicación digital, no obstante, declaró paulatinamente un rompimiento de fronteras físicas y relanzó el fenómeno comunicativo en un contexto marcadamente globalizador. El satélite, la fibra óptica e Internet expandieron las propias fronteras de la industria info-comunicacional y declararon proscritas a las ciudades como centros de delimitación espaciotemporal para el mercado de los mensajes (Baran y Davis, 2010). (citado por Arango y Roncallo. 2013, pp. 683-684).

Por lo tanto, se desprende que, la comunicación digital es todo aquello que nos rodea en cuanto a la conexión. Interacción y relación con otras personas mediante canales o dispositivos tecnológicos como celulares o computadoras que ponen a su disposición plataformas como las redes sociales para envío y recibo de mensajes que pertenecen al proceso de la comunicación.

### **Comunicador Multimediático**

García (2005), define al comunicador como un profesional que está presente en los temas sociales más importantes como la política, cultura, educación, internet y la sociedad en general. Pero, describe las diversificaciones de este de la siguiente manera:

Tiene sus primeros antecedentes en el periodismo; sin embargo, se ha ido modificando a la luz de la transformación de los fenómenos comunicativos, al desarrollo de la disciplina y a la acelerada incorporación y evolución de las nuevas tecnologías en comunicación, de tal forma que hoy el comunicólogo-comunicador tiene como ámbito de acción tanto los medios de comunicación como todas las esferas de lo social (p. 2).

De esta manera, se puede considerar que todo aquel profesional de la comunicación que esté relacionado con las nuevas tecnologías se ve obligado a adaptarse conforme los cambios se van generando en cualquier ámbito de la esfera social, más aún, en el campo digital que se expande con fuerza durante los últimos años acaparando los temas más importantes para la sociedad dentro de las plataformas que en la actualidad se encuentran disponibles para su utilidad educativa e informativa.

Gracias a la internet, la forma en que hoy el comunicador realiza su trabajo, contiene una esencial importancia por su versatilidad y funcionalidad para las personas usuarias de esta. Este profesional debe asumirse como intérprete de los acontecimientos sociales, sin embargo:

En el caso de Internet, de las necesidades de los públicos que ahí convergen; de las posibilidades expresivas del medio; de los intereses ocultos, de tal forma que logre articular los elementos necesarios con el propósito de dar sentido a lo ignorado por las grandes corporaciones (García, 2005, p. 3).

Pero, para entender o precisar en un significado del comunicador multimediático, vinculado directamente con el internet y comunicación digital, García (2005), complementa con su explicación que este profesional:

No sólo debe ser importante distribuir la información de acuerdo con una concepción más precisa del público al que se dirige, del medio utilizado para llegar a éste [...] sino, además, debe dominar y manejar nuevos y diferentes lenguajes, encontrar estrategias para darle el tratamiento que requiere de acuerdo con la situación que plantea la comunicación digital (p.4).

Por lo tanto, un comunicador multimediático es aquel que reúne todas las capacidades para abordar los temas de la esfera social con la mayor cobertura, no solo de conocimiento, sino de ampliación en la utilización de las herramientas que están al alcance gracias a la internet, las redes

sociales y las distintas plataformas que aparecen disponibles en la actualidad para su efectiva funcionalidad en la propagación de la información.

### **Comunidad virtual**

Ferri (s.f.), explica el concepto como “un sitio de Internet donde un conjunto de personas comparte los mismos intereses y necesidades. En él se da una interacción y comunicación entre los miembros, y la vinculación de los miembros con su comunidad virtual” (p. 2).

Se podría decir que se convierte en un centro donde se comparte información de distintos temas a miles de personas que estén conectadas a través de internet, bajo una plataforma que suministre herramientas y propague la facilidad de navegar y encontrar el contenido que las personas buscan dentro de la formalidad de la web.

Es importante tomar en cuenta este concepto para dimensionar la dirección de la investigación, a la hora de brindar la información que radio Actual FM ofrece mediante su noticiero, el cual alberga un espacio en el mundo virtual y de plataformas tecnológicas.

### **Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's)**

Para explicarlo de una manera sencilla, Alvarado (2017), apunta en su investigación que las Tecnologías de la información y comunicación, mejor conocidas como TIC's:

Son todo aquello que actualmente este permitiendo la comunicación de las personas, sin importar en medio por el que se haga: desde un teléfono hasta una computadora. Cualquier herramienta que funcione para conocer o conversar con personas, es una tecnología de información y comunicación (p. 29).

Las herramientas que actualmente las personas utilizan para casi cualquier actividad diaria se convierte en una TIC, ya que conecta directamente, a través de internet, con amigos o familiares que estén cerca o lejos, y de manera importante, con los oyentes de una radio emisora; por ejemplo.

### **Redes sociales**

De manera conceptual, Conrado y Tejeda (2016), definen una red social como “un conjunto de personas o grupos con una estructura de relaciones o interacciones entre ellos. Desde los años treinta, los sociólogos tienen en cuenta este tipo de estructuras de relaciones para comprender el funcionamiento de la sociedad” (p.4).

No obstante, dentro del mundo de la internet, Celeya (2008), citado por Hütt (2012), define el tema como “lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos” (p. 4). Por lo que, se convierten en un canal de comunicación que permite la libre expresión y adquisición de la información.

Ahora bien, las redes sociales para los medios de comunicación son una plataforma de mucho provecho para la exposición de su marca y de la información que transmiten. Esto conlleva nuevas responsabilidades para los comunicadores que se adentran este ámbito, tal y como lo detalla Campos, Rúas, López, & Martínez (2016):

La mayoría de esas investigaciones coincide no sólo en el masivo empleo de las redes sociales para la difusión de las noticias, sino que, gracias a las estrategias de gestión, se aprecia una interrelación o efecto polinización (cross-pollination) en la difusión de contenidos a través de las diferentes redes. Los datos, aunque muestran que muchos aspectos todavía deben investigarse más, indican, como criterio general coincidente, que los profesionales de la industria de la comunicación deben conocer y manejarse con soltura en el empleo de las redes sociales (pp.452-453).

De esta manera, es de vital importancia constatar la relevancia que tiene el trabajo de un comunicador dentro de las redes sociales, ya que, representa el manejo de la información al estilo que cada una de las redes sociales lo exterioriza. El trato, estructura, forma y fondo de cada elemento que compone la información son las razones por las que el profesional debe entender el funcionamiento de las redes sociales.

De tal manera, las redes sociales es un concepto transcendental en esta investigación, ya que se centra en una en específico, como lo es Facebook, y sienta sus criterios multimediáticos para la elaboración de un noticiero en una plataforma como esta.

## **Facebook**

Esta plataforma digital tan popular en muchos países del mundo, Castro (2010), la define de la siguiente manera: “Es una red social donde los usuarios pueden agregar amigos, enviar mensajes, jugar juegos, formar grupos y construir un perfil propio” (p.15).

Es decir, es un espacio donde la comunicación abunda en sus diferentes formas y lugares. Además, este autor amplía este concepto de la siguiente manera:

Facebook es operado por, y propiedad privada de, Facebook, Inc. Desde septiembre de 2006, cualquier persona mayor de 13 años con una dirección válida de correo electrónico puede convertirse en un usuario de Facebook. La audiencia de Facebook objetivo es más para un adulto que para una franja demográfica de población joven. Los usuarios pueden añadir amigos y enviarles mensajes, y actualizar sus perfiles personales para notificar a los amigos acerca de sí mismos. Además, los usuarios pueden unirse a las redes organizadas por el lugar de trabajo, la escuela o la universidad (Castro, 2010, p.16).

Sin embargo, para efectos de esta investigación, Herrero de la Fuente y García (2019), apuntan que “en 2016 surge Facebook Live (FBLive), nueva herramienta de Facebook para emitir en streaming desde cualquier dispositivo móvil”, además aseguran que, “mantiene intacto su poder de captar el interés del espectador y sigue siendo la forma más viva de hacer televisión” (p. 45).

Esta herramienta es el objeto de investigación del presente trabajo, por lo que se debe conocer el significado y la importancia que tiene para los medios de comunicación de hoy en día, que apuestan por sus contenidos inmersos en una plataforma como esta, donde una gran cantidad de personas registran a diario actividad la cual es aprovechada por los medios.

De esta manera lo expone Gurevich (2016), en su investigación, al revelar la inmensa cantidad de personas que aprovechan esta plataforma para el consumo de contenido, máxime cuando se trata de transmisiones en vivo:

Este streaming en tiempo real es posible en un contexto creciente de uso de Facebook desde teléfonos celulares. El 48% de los usuarios diarios en Facebook lo utilizan desde dispositivos móviles [4]. Los usuarios diarios vía teléfono celular crecieron un 45% del 2012 al 2013 (de 874 millones a 604 del 2012). El teléfono celular opera como dispositivo tele comunicativo ubicuo, siempre disponible para el usuario medio, permitiendo un ida y vuelta entre la experiencia en la plataforma y su afuera social (p.222).

Por lo tanto, para los medios de comunicación es de vital importancia ser parte de esta red social, la cual alberga una gran cantidad de usuarios en el mundo y son parte día a día de las informaciones que se propician ahí. De manera que, las publicaciones de transmisiones en vivo

representan una relevancia en el posicionamiento de un medio como el que se estudia en este proyecto investigativo.

### **Contenido Multimedia o Multimedial**

Desde un punto de referencia general, este concepto debemos sumergirlo directamente en la era digital que se lleva a cabo en la vida de las personas y de la sociedad. Este título representa unos de las principales herramientas que el periodismo utiliza para su exposición de contenido informativo o de entretenimiento.

El autor Angulo (2016), describe este concepto acaparado en los medios de comunicación como “multimedialidad”, definiéndola, así como “la integración, en una misma unidad discursiva, de información de varios tipos, tales como textos, imágenes, videos, sonidos, animaciones e, incluso, bases de datos o programas ejecutables” (pp. 56-57).

En la actualidad, cualquier medio de comunicación, ya sea tradicional o no tradicional, que cuente con una plataforma digital en la que difunde la información de interés pública, se encontrará en su totalidad, todos los elementos mencionados en la cita anterior. Esto como parte de los instrumentos que se encuentran al alcance para el tratamiento del contenido periodístico.

Por su parte, Marrero (2008), nos explica en dos puntos la funcionalidad del contenido multimedia que se utiliza

La multimedialidad contiene dos dimensiones fundamentales. La primera incluye los elementos empleados, [7] a saber, los formatos disímiles de la información: texto escrito, sonido, imágenes fijas y en movimiento e infografías; la segunda refiere la forma de combinación que se establece entre estos elementos, que puede ser por yuxtaposición o por integración (p. 5).

En tal sentido, la multimedialidad o el contenido multimedia que se genere en cualquier plataforma digital, llámese redes sociales o página web, son de las herramientas más útiles e importantes para la transmisión de la información periodística. Por eso, este concepto es de vital utilidad dentro de esta investigación para cumplir con los objetivos establecidos.

## Trending Topics

Para dejar una palabra en concreto en español, los “trending topics” son las tendencias que se encuentran en las redes sociales, estas estarán siempre relacionadas directamente con los temas sociales que acontecen en determinado momento (Alvarado, 2017, p.37).

Ricci y Tolosa (2013), en su investigación enlazada a la red social de Twitter, caracterizada por su alto tráfico de contenido y clasificación de temas de relevancia que están pasando en el mundo, definen la funcionalidad de este concepto como:

Estos resultan de un algoritmo que identifica los temas emergentes más populares. Los TT pueden ser términos, frases o hashtags y se encuentran relacionados con los temas más populares en la red social en un determinado momento (por defecto, se determinan de forma personalizada para cada usuario) (p. 2).

Pese a que el objetivo de esta investigación se relaciona directamente con la red social de Facebook, esta característica de Twitter y las tendencias que marca según el perfil de cada persona son reflejo importante a tomar en cuenta para que un noticiero esté pendiente de esas determinaciones, ya que “se sugiere que gran parte de los TT están relacionados con las noticias del momento” (Ricci y Tolosa, 2013, p.2).

Por su parte, en un estudio elaborado por Segado, F. Díaz, J. & Soria, M. (2015), apuntan a que la red social de Facebook maneja sus tendencias gracias a las informaciones que emiten los medios de comunicación y la propagación que realizan los usuarios según su relevancia en el momento, de acuerdo con el tiempo de reacción que se genera debido también a la importancia de la noticia. Estos autores expresan que:

Facebook constituye un ecosistema informativo en el que gozan de preferencia las noticias ‘duras’ y de última hora, frente a otro tipo de contenidos de interés humano o de opinión. Es decir, los usuarios deciden compartir con sus contactos las noticias que ofrecen información relevante e impactante desde el punto de vista de su repercusión. Ese otro tipo de contenidos se reserva para ser consumidos y difundidos en otros circuitos. Es decir: los usuarios de Facebook siguen a un medio para estar al tanto de las últimas noticias (p.160).

De manera que, los trending topics o tendencias, son representados por la viralización de las informaciones que propagan en esa plataforma. Normalmente puede suceder por la publicación

de una noticia en un medio de comunicación donde repercute su impacto directamente a las personas usuarias, para así generar una constancia en el tratamiento del tema que se esté publicando o comentando en las diferentes páginas o perfiles registrados.

### **Community Manager**

Este concepto se convierte en uno de los más característicos por su función en la actualidad dentro las empresas, organizaciones o medios de comunicación. Así lo explica AERCO (2009), citado por Codos (2011), “el verdadero potencial de esta figura está en establecer una relación de confianza con la comunidad de usuarios o simpatizantes de la marca, recoger el feedback de los mismos y utilizarlo para proponer mejoras internas” (p.3).

Falla (2010), citado por Castillo (2013), amplían este concepto al asegurar que el trabajo del community manager es cada vez más importante para cualquier empresa:

Esta profesión se perfila dentro de las empresas que descubren que las conversaciones sociales en línea son cada vez más relevantes y que necesitan un profesional que conozca sobre comunicación en línea, haciendo uso de los nuevos canales de comunicación a través de herramientas sociales (p.16).

En el caso de un medio de comunicación que centre sus informaciones en una red social como Facebook, la presencia de un community manager es esencial para el manejo adecuado del contenido. Ya que, en herramientas como las de transmisiones en vivo, el constante monitoreo y atención a los usuarios concede un efectivo manejo de esta plataforma.

Castillo (2013) aporta una valiosa teoría centrada en la labor que el periodista puede combinar con la del community manager:

El Community Manager tiene como nuevo reto lograr ser el más creativo de la agencia que pueda pensar en caliente y que lo haga de la mejor manera, con esto se quiere decir que logre ver las oportunidades que le presenta el mundo real, que entienda el ADN tanto de las marcas como de Social Media y esto solo se logra saliendo a la calle haciendo un trabajo periodístico en busca de historias que puedan ser el soporte de una estrategia digital para lograr advocacy (p.18).

Por lo tanto, para efectos de esta investigación, la ocupación que posee esta persona en un medio de comunicación es la que requiere mayor capacitación y atención para acaparar las necesidades del medio, y de las redes sociales de este. En el caso de Noticias Actual y sus transmisiones de Facebook, representaría un trabajo especializado y enfocado a la audiencia que va dirigida, de manera que se plantearían estrategias que funciones para la efectividad de la información que se requiera transmitir.

### **Target**

Un concepto importante se introduce en muchas ramas de la comunicación. Así lo explica Ramírez (2016):

Podríamos asemejar el target a nuestro público objetivo y público potencial, ya sea de un eCommerce (clientes) o de una campaña de marketing (audiencia). De esta manera, cuando hablamos de qué es el target, nos referimos a aquel grupo de personas que debido a sus cualidades y características tiene un alto potencial, o existe una alta probabilidad de que pueda llegar a ser en el futuro un consumidor de nuestro producto o servicio (p.1).

Este concepto es de vital importancia, ya que representa la base de uno de los objetivos de esta investigación, el cual plantea la elaboración de una estrategia, donde se debe conocer las cualidades y características de las personas a las que Actual FM se dirige o prefiere enfocarse a la hora de transmitir su información a través de una plataforma digital o red social.

Pero para definir el target de este noticiario, es necesario realizar unas auto preguntas que exponen la posición en la se encuentra el medio, dependiendo de qué tanto se pueden responder.

Ramírez (2020), escribe en su artículo algunas referencias interesantes que se deben tomar en cuenta a la hora de elegir el target, tales como el entorno demográfico, la edad o el lugar de residencia (pp. 8-9).

No obstante, otras variables que se deben analizar es el “entorno sociocultural tales como el nivel económico de nuestros clientes, el nivel educativo, los idiomas que hablan, sus costumbres o valores” (Ramírez, 2020, p.11).

Agregado a esto, es importante identificar el perfil digital que la audiencia maneja en su entorno. Ramírez (2020) se pregunta “¿Qué redes sociales utiliza? ¿Es activo en dichos

medios? ¿Cuál es su frecuencia de navegación? ¿Por qué palabras clave busca el producto o servicio que nosotros ofrecemos?” (p.12), de manera que se identifica ese perfil de usuario que se acostumbra a visitar las plataformas digitales en las que se encuentra el medio de comunicación.

### **Metalinguaje interactivo**

En particular, este concepto se relaciona con las nuevas tecnologías que se encuentran al alcance de las personas usuarias del internet, donde todo aquello que se pueda expresar mediante herramientas que se utilicen dentro de esta, ya sea imágenes videos o audios, es parte de la comunicación que propician las plataformas digitales (Alvarado, 2017).

Según lo apuntan Gil y Fontenla (2016), el metalinguaje es un tipo de dimensión visible que:

Contribuye a la consolidación de la sociedad del conocimiento, ya que como afirma Chandler Daniel (2012), la interpretación convencional de los códigos textuales en los medios masivos (fotografías, televisivos, fílmicos, radiales, de los periódicos, radiales y de las revistas) así como los códigos genéricos, retóricos y estilísticos (narrativas, cuentos y argumentos) representan interpretaciones de dimensiones sociales en relación con la estructura del giro lingüístico (p. 3).

Es decir, tal y como se enfoca esta investigación, dentro de los medios digitales se genera una interpretación por parte del usuario donde este produce una reacción según la percepción de lo que recibe mediante las herramientas audiovisuales que le ofrece.

Por su parte, tomando en cuenta lo escrito por Berganla (2009), este concepto se relaciona directamente con las plataformas digitales, al asegurar que:

Este lenguaje interactivo de la red social, gracias a sus propias características, se perfila, por tanto, como una herramienta idónea para profundizar en las habilidades y estrategias comunicativas que hoy día se demandan como necesarias. De esta forma podemos hablar de un metalinguaje interactivo (p.275).

De manera que, las oportunidades que se presentan en la web y las redes sociales son de gran importancia para identificar la dirección que lleva un medio de comunicación digital. Con la

utilización del metalenguaje interactivo dentro de sus canales informativos es posible establecer esa conexión con los internautas y la parte que realmente resaltaría como interés para estos.

Por tanto, este concepto se apega a esta investigación cuando se converge las funciones de un medio informativo con las necesidades de los usuarios consumidores de este tipo contenido. Donde uno ofrece nuevos servicios y herramientas mientras otro las utiliza, pudiendo dejar así una retrospectiva de lo que usó, que será valiosa para enfocar o añadir mejoras que repunten al crecimiento de la plataforma donde se plasma esa información.

### **Interactividad**

A pesar de ser un concepto muy amplio, para efectos de esta investigación, se centrará en el ámbito de la comunicación inmersa en los medios digitales que forman parte de los canales informativos para la audiencia cibernética.

Estebanell (2002), resalta esta idea en dos sentidos, los cuales se acercan a la propuesta de los medios digitales y de esta investigación al anotar que:

El concepto de interactividad tiene una doble vertiente. Por una parte, implica la capacidad técnica de conceder el máximo de posibilidades de comunicación entre el usuario y la máquina y, por otra, implica conseguir que el tiempo de respuesta de la máquina, en relación con las acciones realizadas por el usuario, sea reducido (p.25).

Esa interacción entre el usuario y la información que le ofrece depende mucho de quien haya escrito el texto y de la plataforma en la que está plasmada. No obstante, resulta muy importante para cada medio de comunicación, ya que, gracias a la interacción, este recibirá una retroalimentación que será de mucha utilidad para eventuales mejoras en la propagación de la información.

Tal y como lo señalan López, Toural y Pereira (2015), este concepto representa una oportunidad para el medio de comunicación, ya que:

El feedback que cualquier medio de comunicación recibe hoy en día se ha multiplicado exponencialmente en relación con el que se daba hace diez años merced a la irrupción de la conexión en movilidad de los usuarios, ligado también al abaratamiento de los dispositivos móviles (fundamentalmente smartphones y tabletas) y a los cambios en las

relaciones sociales reflejados en el nacimiento y funcionamiento de las redes sociales (p.566).

De manera que, esa retroalimentación que se recibe por parte de los usuarios en las redes sociales, gracias a la interacción que estas generan, son una esencial herramienta que produce atributos destacados en la divulgación de la información y su forma de tratamiento para la sociedad o público meta en el que representa el medio de comunicación.

Por esto, este concepto es importante tomarlo en cuenta para efectos de esta investigación, ya que representa una herramienta valiosa para los medios de comunicación con respecto a su mejoramiento de la calidad de la información.

### **Streaming**

Dentro de los medios de comunicación masiva, el streaming representa uno de los principales contenidos de publicación en sus redes sociales o página web, gracias a facilidad de la retroalimentación que se percibe en el momento del evento que se realice en estas plataformas digitales. Para entenderlo así, es la explicación que ofrece Apablaza y Codina (2018), al redactar que:

Una tecnología puede ser catalogada como SMLS (Social Media Live Streaming) al cumplir con la siguiente doble funcionalidad: 1. Realizar y distribuir videos en directo, en diferentes formatos, a través de las redes sociales, mediante aplicaciones propias asociadas a ellas. 2. Proporcionar al emisor una retroalimentación instantánea: número de usuarios conectados, mensajes y reacciones de sus audiencias (p.164).

Por lo tanto, es importante destacar que la interacción que ofrecen las distintas plataformas de streaming es de las características más fundamentales que posee este concepto, lo cual se relaciona con la labor que realizan los medios de comunicación, como el objeto de la presente investigación.

No obstante, si bien los canales disponibles en la actualidad para realizar un streaming son muchos, gracias a la amplia accesibilidad del internet, son los medios digitales quienes deben acoplarse según necesidades y la de los usuarios quienes figuran como público meta. Tal y como lo agrega Apablaza y Codina (2018), al afirmar que:

La oportunidad de dar intensidad a la historia periodística es que la que motiva a los medios digitales a emitir contenidos SMLS [...] si bien Facebook Live ofrece más oportunidades de alcance e interacciones, Periscope/Twitter –como redes integradas que emiten en simulcasting– ofrecen fórmulas de financiamiento con mayor claridad y diversidad (p.174).

Por lo tanto, este concepto es catalogado como uno de los principales a tomar en cuenta dentro de las decisiones y repercusiones a las que pretende llegar esta investigación, ya que su trascendencia en el ámbito digital representa una herramienta muy valiosa y vigente en la actualidad que deberá ser aprovechada en el medio de comunicación que se centra el proyecto, valorando así su productividad como uno de los primordiales trabajos a realizar diariamente en la entrega de la información periodística.

### **Hipertextualidad**

Este concepto se suma a una más de las herramientas que representan una gran utilidad en los medios de comunicación tradicionales que se sumergen en el oficio digital. Ya que se contextualiza normalmente en plataformas que ofrecen la diversificación de los textos con contenido de valor informativo y periodístico.

Tal y como lo apunta González (2006), “la hipertextualidad puede darse en infinitos aspectos: referencias geográficas, literarias, pictóricas, históricas, biográficas, entre otras, pero básicamente se refiere a la remisión a otros textos con temáticas relacionadas a la lectura sobre la que se avanza” (p.37).

Es decir, este concepto se centra en expandir las oportunidades de conocimiento para el lector dentro de un texto, direccionándolo hacia otros canales de información que enriquecen las ideas de información planteada en cualquier plataforma digital que lo facilite.

En cuanto al periodismo, esta práctica no se queda atrás. Los medios de comunicación implementan esta herramienta como una forma de agregar valor a las diferentes noticias que surgen el día, o incluso, en momentos pasados, pero que están directamente relacionados con el tema. Así lo señalan Fondevila y Segura (2012), al escribir que:

Los enlaces relacionales son los que aluden a acontecimientos parecidos a los reseñados en la noticia. Así, en el caso de un delito, un juicio o una enfermedad, se trata de enlaces

destinados a casos parecidos, que pueden haberse producido con cercanía en el tiempo o bien años atrás (p.14).

De manera que, los medios que comúnmente practiquen y desarrollen este concepto, desarrollan un peso importante en sus informaciones, ya que enlazan sus temas con otros que forman parte, dándole así más dinamismo al texto y la información que brindan. “Finalmente, los enlaces recomendados se refieren a documentar y añadir información de interés que ilustre la noticia desde una perspectiva más profunda” (Fondevila y Segura, 2012, p.15).

Por lo que este concepto, es de vital importancia dentro de la investigación, ya que representa unas de las modalidades más desarrolladas para la práctica del periodismo digital. En cuanto a las transmisiones en vivo de Noticias Actual en la modalidad de Facebook, los hipertextos podrían representarse como hashtags o bien, links de información que se esté pasando en el momento, para así ampliar el contenido y darle más valor al servicio que ofrece este noticiario.

### CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

En el presente capítulo se describirá la metodología utilizada para responder a la pregunta de investigación. Además, se establecerá los elementos y estrategias que se utilizarán para la realización del análisis profundo de cada uno de los objetivos.

Barrantes (2002), destaca que este capítulo “debe describirse detalladamente, pues es la que le da validez al estudio, la que demuestra la profundidad con que se realizó la investigación, la que nos dice el tipo de enfoque, el tipo de estudio y las técnicas utilizadas” (p.130).

#### **Enfoque**

En este apartado se indicará la manera en que se abordará el fenómeno y la ruta para conseguir la respuesta a la pregunta de investigación y objetivos planteadas. Así como la argumentación del porqué se eligió el enfoque mixto para llevar a cabo el proyecto.

Según Hernández et al., (2014), confirman que en las investigaciones existen distintos enfoques aplicables en los distintos proyectos:

A lo largo de la historia de la ciencia han surgido diversas corrientes de pensamiento (como el empirismo, el materialismo dialéctico, el positivismo, la fenomenología, el estructuralismo) y diversos marcos interpretativos, como el realismo y el constructivismo, que han abierto diferentes rutas en la búsqueda del conocimiento [...] Sin embargo, y debido a las diferentes premisas que las sustentan, desde el siglo pasado tales corrientes se “polarizaron” en dos aproximaciones principales de la investigación: el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo (p. 4).

Los enfoques expuestos por estos investigadores comparten las distintas maneras que se puede desarrollar un trabajo investigativo, no obstante, cada uno cuenta con instrumentos y maneras diferentes de manipulación. Por ejemplo, la información que se analiza va conforme a la recolección de datos que se realiza.

Para determinar cuál se ajusta más a lo que pretende dar a conocer la investigación, según los objetivos y planteamiento del problema, se concluyó que para el tema de estudio se requiere de un enfoque mixto, ya que se necesita un análisis de un fenómeno cuantificable, y a su vez, de tipo observación y entrevista para conocer los requerimientos por cumplir en los objetivos.

Ambos enfoques se necesitan dentro de investigación para la elaboración completa, Hernández et al., (2008), citado por Hernández et al., (2014) explica los métodos mixtos como la representación de:

Un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (p.534).

Es decir, en resumen, “se recolectan y analizan datos cuantitativos y cualitativos y la interpretación es producto de toda la información en su conjunto” (Hernández et al., 2014, p.534).

De esta manera, el enfoque mixto será elegido para cumplir con lo requerido dentro de la investigación. Se transcribirá la información recolectada, los datos requeridos se emplearán de forma textual. Pero también se tomará en cuenta a una muestra de personas para determinar realmente el impacto, en referencia a los objetivos específicos.

## **Método**

De acuerdo con Hernández et al., (2014), el diseño de la investigación es “el plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responde al planteamiento” (p.128). Determinando así cuál de los métodos establecidos dentro del enfoque de esta investigación se ajusta más.

Dentro de los distintos enfoques, según los autores antes mencionados, en el caso del enfoque mixto, cuenta con una serie de diseños que relacionan entre sí los procesos cuantitativos y cualitativos, denominados como: DEXPLOS, DEXPLIS, DITRIAC, DITRAS, DIAC, DIACNIV, DISTRAC y DIM.

Para efectos de esta investigación se tomará en cuenta el Diseño de Triangulación Concurrente (DITRIAC), el cual, según Hernández et al, (2014), explica que “de manera simultánea se recolectan y analizan datos cuantitativos y cualitativos sobre el problema de investigación aproximadamente en el mismo tiempo” (p.557).

Por tal razón, se analizará la participación de periodistas y técnicos para la realización de contenido multimedia dentro de un noticiero, que actualmente no alberga este aspecto, quedándose

así retrasado en materia de digitalización del contenido periodístico que se produce todos los días como medio de comunicación informativo que es.

Se formulará un plan para crear una solución a la falta de material multimedia dirigido para la transmisión de información, y posteriormente obtener resultados adecuados para una mejora significativa del radio noticiero. Por lo que, se pretende contener una amplia interpretación de la situación que pasa en las noticias de radio Actual FM y sus posibles adecuaciones al mundo digital.

Este diseño entra en la problemática genérica de una necesidad de cambio en la manera de trabajo e imagen de la transmisión que realiza Noticias Actual y el manejo que actualmente se les dan a sus plataformas digitales y a su target o a la comunidad virtual a la que la radio se dirige.

### **Tipo de Investigación**

#### **Investigación Exploratoria**

Para comprender más el término, Hernández et al (2006), explica que la investigación exploratoria es:

Examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas.

Del mismo modo, esta investigación se define de tipo exploratoria por no haber ningún estudio relacionado al caso de Noticias Actual y su transmisión de información a través de la plataforma Facebook Live. Sin embargo, se toman en cuenta trabajos relacionados a otros radios noticieros que también emiten su contenido digital por medio de apps o páginas web.

#### **Investigación Descriptiva**

En este tipo de investigación, Hernández et al (2014), explica que “busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (p.92).

Precisamente, uno de los objetivos de esa investigación se basa en observar la manera en que trabaja el noticiero de Actual FM, la modalidad de Facebook Live. Por lo que se contará con

una tabla de observación para determinar las herramientas y cualidades que tiene el operador de a transmisión.

### **Investigación Correlacional**

Para identificar mejor este tipo de indagación, Hernández et al., (2014), expresa la investigación correlacional de la siguiente manera:

Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular. En ocasiones sólo se analiza la relación entre dos variables, pero con frecuencia se ubican en el estudio vínculos entre tres, cuatro o más variables (p. 93).

Para efectos de esta investigación, podemos observar como las variables se vinculan entre sí para así poder dar conclusiones y recomendaciones acertadas sobre el objeto de estudio que se pretende sea de mayor comprensión para el lector.

### **Población**

Hernández (2014), apunta que “una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones (Lepkowski, 2008b)” (p.174); es decir, para efectos de esta investigación, se enfoca en una cantidad concreta de personas que son usuarias de una red social y siguen a la página Actual FM 107.1.

Esta página oficial cuenta con un total de 32.876 seguidores al momento de realizar la investigación, de los cuales se tomará una muestra para la realización de una encuesta, la cual obtendrá la opinión de las personas sobre las transmisiones de Noticias Actual por medio de la plataforma de Facebook Live.

Es clave especificar que la cantidad de seguidores es tomada de la página de la radio Actual FM, la cual es la que transmite de manera oficial los programas pagados y establecidos en su parrilla de programación, dentro de los cuales está el noticiero en el que se centra esta investigación a profundidad.

### **Fuentes de información**

Las fuentes de información son aquellas que no corresponden a una persona, sino, algo material (Barrantes, R., 2002, p. 92), las cuales, para efectos de esta investigación son:

- Tabla de observación. Cabina de transmisión de Facebook Live de radio Actual Fm.
- Encuesta. Población de seguidora de Facebook de Actual Fm.

Por lo tanto, la fuente primaria que se eligió para esta investigación, en primer lugar, obedece a documentos de previa información o investigación desarrollados por otros autores, tales como tesinas nacionales e internacionales, con el fin de conocer la trayectoria e historia que surge con el pasar de los años en cuanto a la elaboración de material noticioso en medios de comunicación tradicionales y digitales.

Mientras tanto, como fuentes secundarias, se tomará la investigación de rating realizada por Ipsos para Radio Actual.

### **Sujeto**

Barrantes, R. (2002), explica que “los sujetos son todas aquellas personas físicas o corporativas que brindarán información” (p.92). Por lo que esas personas son para esta investigación son:

- Berny Vázquez, director de Noticias Actual.
- Esteban Mora, especialista es redes sociales. Referente Institucional.
- Luis Diego Ángulo, director de Radio Actual FM.
- Otto Alberto Hernández, cabinero y ejecutor del equipo de transmisión para Facebook Live de Noticias Actual.
- Uriel Dávila, producción y ventas de Noticias Actual.
- 1 entrevista. A Daniel Calvo, cabinero y ejecutor de equipo de transmisión de Radio.
- A Allan Arroyo, periodística radiofónico.

### **Radio Actual FM**

Para poder elaborar todos los instrumentos necesarios es importante conocer el referente institucional con el que se trabaja. Por tal razón para esta investigación se conversará con fundadores de la radio Actual Fm, para conocer su historia y su manera de operar desde hace muchos años.

## **Muestra**

Dentro de investigación se determinará la cantidad de personas a las que se elegirán, como parte de la muestra. Hernández et al., (2014), lo explica como:

Un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población. El investigador pretende que los resultados encontrados en la muestra se generalicen o extrapolen a la población (en el sentido de la validez externa que se comentó al hablar de experimentos). El interés es que la muestra sea estadísticamente representativa (p.173).

Es decir, la muestra consta de obtener una parte de la población escogida y adaptada al tema de investigación, con la que obtendrá un pedazo del total de personas relacionadas al tema, las cuales son requeridas para la recolección de datos.

Dentro de las investigaciones científicas existen tipos de muestras, tales como la no probabilísticas, que según Hernández et al. (2014), “suponen un procedimiento de selección orientado por las características de la investigación, más que por un criterio estadístico de generalización” (p.189). Además, señala que “la elección de los casos no depende de que todos tengan la misma posibilidad de ser elegidos, sino de la decisión de un investigador o grupo de personas que recolectan los datos” (p.190).

En los aspectos cualitativos de esta investigación, se tomará en cuenta el tipo de muestra de expertos, abordando su criterio de trabajo y opinión como parte de la recolección de datos, mediante observación y entrevista a profundidad.

Además, técnicos especializados en el manejo de programas específicos y dedicados a la transmisión mediante plataformas de broadcasting enfocadas al Facebook Live, los cuáles serán observados con determinación para captar su labor y equipamiento para realizar dicho trabajo.

## **Criterio de inclusión y exclusión**

Las personas que se incluirán como parte de la investigación son quienes trabajen directamente en el departamento de Noticias Actual. Se excluirán personas de otros departamentos como administrativos, de ventas o limpieza.

Se incluirán personas expertas en periodismo digital con una experiencia de más de 3 años. Por lo que, se excluirán periodistas dedicados a temas relacionados con política, economía, sucesos, salud u opinión.

**Tabla 1. Operacionalización de las variables**

<b>Objetivo</b>	<b>Categoría</b>	<b>Subcategoría</b>	<b>Definición Operacional</b>	<b>Instrumento</b>	<b>ítem</b>
Examinar el uso de las herramientas de transmisión en Facebook Live de Radio Actual.	Herramientas tecnológicas de transmisión	Tipos Utilidad Ejecución Resultados	Según Cordero (2014), citado por Rodríguez (2020), las herramientas tecnológicas son “herramientas que te ayudan al manejo, a la búsqueda e intercambio de la información. Estas pueden ayudarte en el día a día ya que ayudan y facilitan muchos quehaceres” (p.3). En este caso, para efectos de esta investigación, las herramientas tecnológicas es todo aquello que los medios de comunicación utilizan para facilitar la recaudación y propagación de la información por medio de los de los distintos canales de comunicación.	Observación Entrevista	
Analizar los elementos de la noticia	Analizar Elementos de la noticia	Imágenes Cintillos	Según la Real Academia Española (RAE), el verbo analizar significa	Entrevista Observación	

multimediatca radiofónica para su visualización en la transmisión Live de la plataforma Facebook de Noticias Actual.	multimediatca radiofónica	Pantallas gráficas Videos Preparación Implementación	someter algo a un análisis.  Es decir, resulta ser un estudio detallado de algo, especialmente una obra o un escrito.		
Determinar el contenido multimedia que la audiencia requiere para una correcta emisión de noticias mediante la plataforma En Vivo de Facebook.	Determinar el contenido multimedia	Audiencia Necesidad Innovación	Determinar representa varios significados, según el sentido de la acción que se realiza. Según la RAE, determinar se refiere a la tomar la decisión sobre algo. También puede referir a la señalización o indicación de alguien sobre un asunto con claridad y exactitud.	Encuesta Entrevista	
Fuente: Elaboración personal 2021					

### **Instrumentos**

La presente investigación es de estilo mixto, por lo que se apega a cualquier tipo de instrumento que se desee utilizar para la recolección de la información. Barrantes (2002), agrega que en este apartado solo describen los instrumentos que serán utilizados para la recolección de información (p. 96).

### **Observación**

Este es el instrumento que define el comportamiento de un fenómeno o situación observable para determinar alguna característica.

Hernández, et al., (2014, p.432), definen que la “observación cualitativa no es mera contemplación (“sentarse a ver el mundo y tomar notas”); implica adentrarnos profundamente en

situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente. Estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones”.

Se observará la manera de operar del técnico que está a cargo de controlar las cámaras y audio para la transmisión en modalidad Facebook Live, de manera que, se conocerá el uso de las herramientas técnicas, audiovisuales y de programación que permiten cumplir con este producto informativo que ofrece Noticias Actual, a través de esta plataforma.

De manera que, será de vital importancia contar con este instrumento para recabar las distintas formas en que se reproducen las informaciones de Noticias Actual en su versión audiovisual, en la red social de Facebook.

El objetivo es constatar la ejecución de los mecanismos, herramientas y elementos que se aprovechan para la visualización del contenido noticioso, y su versatilidad para ante una plataforma digital que alberga distintas maneras de presentar las noticias.

### **Entrevista a profundidad**

Este instrumento, Hernández, et al., (2014), lo explica como “una persona calificada (entrevistador) aplica el cuestionario a los participantes; el primero hace las preguntas a cada entrevistado y anota las respuestas. Su papel es crucial, resulta una especie de filtro. El primer contexto que se revisará de una entrevista es el personal (p.233).

Es una conversación entre dos personas cara que intercambian ideas, una con el objetivo de obtener respuestas a sus dudas en relación con algún respectivo tema. Esta persona llamada entrevistador, requiere de conocimiento previo a aquello que desea conocer para guiar la investigación a su objetivo (Barrantes, R., 2002, p. 209).

Para efectos de esta investigación se realizarán entrevistas a expertos en el tema especializado de periodismo digital, así como periodistas dedicados a la comunidad radial del país, de manera que den una perspectiva clara del contexto en el que se labora actualmente en Noticias Actual y sus plataformas de transmisión digital.

Por lo tanto, es importante aplicar este instrumento para profundizar en los aspectos profesionales que se desempeñan en la producción de radio noticiario que se sumerge a las plataformas digitales como Facebook Live, de manera que, se conocerá el trabajo que se realiza,

así como sus aproximaciones a un mejoramiento de todos los elementos necesario para una correcta elaboración de un producto servicio informativo.

Además, se explorará un trabajo externo ya establecido en el mercado, el cual podría marcar una ruta clara de detalles o especificaciones técnicas que permitan mejorar la condición y presentación de la información periodística. Para esto, se contactará a las personas encargadas de ejecutar todo tipo de material y proceso para llevar a cabo las transmisiones en vivo.

### **Encuesta**

Para poder realizar una encuesta, se realizan primero cuestionarios, que son explicados por Hernández et al., (2014), como:

Los cuestionarios se utilizan en encuestas de todo tipo (por ejemplo, para calificar el desempeño de un gobierno, conocer las necesidades de hábitat de futuros compradores de viviendas y evaluar la percepción ciudadana sobre ciertos problemas como la inseguridad). Pero también, se implementan en otros campos. Por ejemplo, un ingeniero en minas usó un cuestionario como herramienta para que expertos de diversas partes del mundo aportaran opiniones calificadas con el fin de resolver ciertas problemáticas de producción (p.306).

Se realizará un cuestionario de siete preguntas para identificar la perspectiva que prefieren las personas usuarias del Facebook, de un medio de comunicación tradicional que ofrece su contenido a través de esta plataforma. De manera que, se conocerá el material audiovisual necesario para la adaptación del radio noticiario Noticias Actual, en referencia al contenido periodístico que se brinda en las ediciones transmitidas por la modalidad Facebook Live.

### **Referencia Institucional**

El grupo se formó en 1998 con la 800 AM, 960 AM, 106.7 FM y 107.1 FM En un inicio todas eran de corte musical, posteriormente se va de diversificando la programación en las AM al punto de tener dos emisoras de opinión y de contenido y posteriormente una de las emisoras musicales, que era la 107.1 FM, pasa asumir una de la programación de las AM convirtiéndose ya en una emisora de opinión y de contenido ya competitivo.

La primera idea era poder llevar una opinión y contenido más objetivo de diferentes temas políticos deportivos y noticiosos. Básicamente esa es nuestra Misión y llevarlo a lo más recónditos

de nuestro país. enfocándonos en una red de repetidoras amplia duplicando el promedio de repetidores de cualquier otra emisora. Y teniendo una visión de llevarlo cada vez más y penetrando cada vez más con contenidos que tal vez son más invisibilizados en otros medios O tal vez no son tan atractivos y dándole oportunidad a ciertos grupos de producción de realizar dichos programas.

Eso es básicamente radio actual una emisora que nace para llenar un vacío de emisoras con contenido las demás ya eran muy comerciales y prácticamente 100% enfocadas a deportes.

### **Actual FM – Noticias.**

Este noticiario es independiente de la radio emisora Actual 107.1 FM, sus ventas y producciones representan a un grupo de profesionales organizados, que se remuneran a través de la pauta para solventar el espacio radial que les pertenece, en el horario de 6 am a 7 am.

Esas horas, son las que corresponden al espacio llamado Noticias Actual, el cual representa un noticiero tradicional de radio. De manera que la estructura, organización y presentación de la información es de manera rígida, seria, y sobria, para el público meta establecido en Costa Rica desde años atrás con noticieros de un aspecto similar.

Noticias Actual, nace en el 2016(2018), justamente en radio Actual 107.1 FM, de ahí nace su nombre, a pesar de ser financiado independientemente. Este programa informativo consta de un director, Bernie Vázquez; subdirector, Gonzalo Corea; ventas y producción, Uriel Dávila; y Mónica Valverde, colaboradora periodística.

Para efectos de la investigación, el énfasis será en la transmisión emitida a nivel digital a través de la plataforma de Facebook, en la modalidad Live. Allí, el noticiero permite informar de manera multimediática todo su contenido que es preparado con base en un formato tradicional de estilo radiofónico, de manera que el formato digital es solo la imagen y audio, con cierto contenido multimedia como fotos y/o videos.

### **Método de Análisis**

En este apartado se menciona las formas o métodos utilizados para analizar e interpretar la información recabada durante el tiempo de estudio. Barrantes (2002), describe el método de análisis de la siguiente manera.

Es una técnica para estudiar la comunicación objetiva, sistemática y cuantitativamente. Con este análisis puede hacerse inferencias válidas y confiables de datos dentro de un contexto. Los procesos de comunicación están inmersos dentro de diversos contextos. Por eso, este análisis puede darse a cualquier forma de comunicación, programas de televisión, de radio, artículos de periódicos, libros, conversaciones, discursos, poemas, pinturas, cartas, canciones, reglamentos, etc., que sirven para estudiar personalidades, evaluar criterios, conocer actitudes de grupos, compenetrarse con los valores de una cultura, averiguar intenciones, descifrar mensajes publicitarios o propagandísticos, etc. (p.199).

Existen diversos métodos análisis cualitativos que van de acuerdo con el diseño seleccionado en la investigación. En esta ocasión se tomará en cuenta los diseños etnográficos y fenomenológicos como parte de la investigación.

Thomson (2009) y Patton (2002), citado por Hernández et al., (2014), “señalan que describir, interpretar y analizar ideas, creencias, significados, conocimientos y prácticas presentes en tales sistemas. Incluso pueden ser muy amplios y abarcar la historia, geografía y los subsistemas socioeconómico, educativo, político y cultural (rituales, símbolos, funciones sociales, parentesco, migraciones, redes y un sinfín de elementos)” (p. 482).

Estos métodos de análisis permitirán identificar si es posible diseñar una estrategia de comunicación multimediática para un radio noticiero, como lo es Noticias Actual, dentro de una plataforma tecnológica que permite la visualización de la información.

## **Proceso de Recolección y Análisis de Datos**

### **Procedimiento de Recolección de Datos**

La información que se requiere para cumplir los objetivos de esta investigación será descrita en pasos en este apartado, para comprender el proceso de recolección de datos. Barrantes (2002), describe este paso donde el investigador prevé las herramientas “que podría utilizar: observación participante, entrevista en profundidad, el diario, las grabaciones, el vídeo, talleres, etc.” (p.102).

Por lo que, se tomará primeramente el instrumento de trabajo observación, con el fin de conseguir la información requerida para el primer objetivo de esta investigación, trabajando así en serie de transmisiones realizadas desde la cabina de Radio Actual. Estas, se llevaron a cabo durante

los primeros tres meses de 2020, a través de la modalidad Facebook Live, la cual refleja en imagen el trabajo realizado en ese momento del noticiero Noticias Actual en cual se emite por 107.1 FM.

Por lo que, para efectos de esta investigación, se tomarán como muestra dos transmisiones de cada mes, del tiempo antes escrito, como referencia de la exposición que este radio noticiero tiene en la modalidad virtual.

Además, se entrevistará en su lugar de trabajo al director del noticiero, para completar los datos necesarios del segundo objetivo de esta investigación, ya que se conocerá la manera teórica de trabajar en cuanto a la preparación de la información periodística que ofrece el medio de comunicación y a su vez, se entrevistará a un experto en redes sociales para indicar los principales elementos que se deben contemplar a la hora de transferir la información que va dirigida hacia los radios escuchas a través de la modalidad Live de Facebook.

Por su parte, se tomará una muestra de la audiencia virtual que tiene la edición Live o transmisión en directo de Noticias Actual, para encuestar, conocer la percepción y la opinión de los oyentes, los cuales refieren su parecer ante este tipo de medio digital que se transforma la radio, a la hora de ofrecer el contenido periodístico e informativo. De esta manera se determinará el material audiovisual necesario para esta audiencia que sintoniza la emisión noticiosa.

### **Procedimiento de Análisis de Datos**

Se contará con una tabla específica, la cual abarcará aspectos y criterios medibles mediante la observación, para determinar el uso de las herramientas que se utilizan a diario en las emisiones de noticias de Noticias Actual, en donde se apreciará los aspectos técnicos y recursos utilizados los cuales servirán para comprender los elementos necesarios para el material audiovisual que se desea incorporar en un futuro.

Para analizar los datos obtenidos, se transcribirá las entrevistas realizadas para cumplir con la información requerida en el primer objetivo de esta investigación. Se tomará en cuenta el criterio de los expertos profesionales en el tema para la determinación las herramientas y elementos que componen una noticia radiofónica, de Radio Actual FM, la cual es preparada para una única audiencia.

Además, se aportarán los datos de la encuesta a cualquier plataforma digital, para definir los aspectos cuantificables en relación con la percepción y opinión de la audiencia, la cual

determinará el estilo adecuado para la presentación de información que brinda el radio noticiero Noticias Actual.

## CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE DATOS

En este capítulo se realizará el análisis de los datos obtenidos con la aplicación de instrumentos establecidos y el enfoque seleccionado para el desarrollo de la investigación.

Dentro del estudio se contempló para el objetivo número 1 el instrumento de la observación y la entrevista a profundidad, la cual se determinó los aportes hechos por los entrevistados acerca de su trabajo, conocimiento y experiencia, así como el análisis visual del trabajo de estos actores en relación con la apuesta de Noticias Actual a las transmisiones en vivo realizadas a través de Facebook Live.

Además, para el objetivo número 2, se tomó en cuenta también la observación y entrevista a profundidad, con el fin de analizar los elementos multimediáticos utilizados por parte de Noticias Actual y todo el equipo que lo conforma para la preparación e implementación de imágenes, videos, cintillos informativos que complementen la noticia multimediática.

En cuanto al objetivo 3, se mostrará el resultado de las personas encuestadas en relación con la percepción de los espectadores con las ediciones del radio noticiario, las cuales son audiovisuales y representa el producto digital del proyecto en investigación.

A continuación, se presenta los resultados de los primeros tres objetivos de esta investigación, con su respectivos instrumentos y detalles de aplicación.

### **Herramientas tecnológicas de transmisión**

Para dar con el primer objetivo, el cual es “examinar el uso de las herramientas de transmisión en Facebook Live de Radio Actual”, se optó por utilizar el instrumento de la observación a una serie de transmisiones registradas en la plataforma de Facebook Live, los cuales se escogieron durante tres meses determinados en el tiempo de esta investigación.

De manera que, se eligieron dos videos para cada mes, los cuales fueron analizados para examinar la manera en que utilizan, los tipos de herramientas existentes, así como el resultado de su ejecución para transmitir en vivo las ediciones matutinas de Noticias Actual durante el 2020, las cuales se pasaron por la página de Facebook de Radio Actual.

Además, para concluir con el objetivo mencionado anteriormente, también se realizaron una serie de entrevistas a los personeros y encargados de realizar transmisiones en vivo a través

de Facebook, tanto en Radio Actual, como en Radio Columbia, otra empresa que realiza el mismo producto, dentro de la misma plataforma. Esto, con el fin de identificar esa comparación en la ejecución de las herramientas tecnológicas de transmisión.

Dentro de estas observaciones se pudo determinar que el uso de las herramientas tecnológicas va determinado por un solo programa de streaming, así lo reconoce el controlista de Radio Actual, Alberto Hernández, al mencionar que “usando el Vmix, mi función prácticamente es ponerlo en redes sociales” (Hernández, entrevista propia, 2020).

### **Observaciones de las herramientas**

En este apartado, se presentan una serie de tablas de observación que albergan la información obtenida con la aplicación de este instrumento de investigación, para con los con videos escogidos de Noticias Actual que se transmitieron a través del Facebook Live de Radio Actual, durante el primer trimestre del 2020.

El análisis de estas observaciones se muestra después de la lista de las primeras seis tablas, las cuales están especificadas con cada categoría que pretende concluir con el primer objetivo de esta investigación.

Para esto se toma en cuenta factores como las herramientas de transmisión, la función del operador o cabinero con el software utilizado, la atención que le presta a este programa durante todos los minutos reproducidos, así como el cambio de cámaras que ejecutan para los distintos encuadres que existen en una producción audiovisual.

Por último, se visualiza también el tipo de iluminación que utilizan para llevar a cabo cada una de las transmisiones, dentro de la cabina de Radio Actual.

A continuación, la lista de tablas de observación realizadas para dar con el objetivo número 1 de la investigación:

**Tabla 2. Observación 1**

Categoría	Descripción
Fecha de observación:	25 / 06 / 2021
Hora:	9:30 am
Fecha de emisión de noticias	10 / 01 / 2020
Lugar:	Instalaciones de Radio Actual., Barrio Aranjuez, San José, Costa Rica.
Departamento:	Cabina de Radio.
Programa:	Noticias Actual.
Cantidad de participantes:	3.
Software utilizado para transmitir:	vMix.
Herramientas de transmisión:	Instrumentos tecnológicos ubicados en la cabina de radio.
Función del operador/cabinero con el software	Únicamente para lanzar la transmisión al aire.
Atención del cabinero en la transmisión	Únicamente para introducción y cierre del programa.
Cambio de cámaras:	No hubo.
Iluminación:	Luces tipo led de la cabina de radio.
	<b>Fuente: Elaboración propia, 2021</b>

**Tabla 3. Observación 2**

<b>Categoría</b>	<b>Descripción</b>
Fecha de observación:	25 / 06 / 2021
Hora:	12:30 md
Fecha de emisión de noticias	29 / 01 / 2020
Lugar:	Instalaciones de Radio Actual., Barrio Aranjuez, San José, Costa Rica.
Departamento:	Cabina de Radio.
Programa:	Noticias Actual.
Cantidad de participantes:	3.
Software utilizado para transmitir:	vMix.
Herramientas tecnológicas de transmisión:	Instrumentos tecnológicos ubicados en la cabina de radio.
Función del operador/cabinero con el software	Lanza la transmisión. Cambio de imagen con logo oficial. Uso de gráficos informativos.
Atención del cabinero en la transmisión	Para introducción, inserciones periodísticas, anuncios comerciales y cierre del programa.
Cambio de cámaras:	No hubo.
Iluminación:	Barras tipo led de la cabina de radio.
	<b>Fuente: Elaboración propia, 2021</b>

**Tabla 4. Observación 3**

Categoría	Descripción
Fecha de observación:	25 / 06 / 2021
Hora:	4:30 pm
Fecha de emisión de noticias	12 / 02 / 2020
Lugar:	Instalaciones de Radio Actual., Barrio Aranjuez, San José, Costa Rica.
Departamento:	Cabina de Radio.
Programa:	Noticias Actual.
Cantidad de participantes:	3
Software utilizado para transmitir:	vMix.
Herramientas tecnológicas de transmisión:	Instrumentos tecnológicos ubicados en la cabina de radio.
Función del operador/cabinero con el software	Inserta elementos multimedia y cambio de tomas
Atención del cabinero en la transmisión	Es constante.
Cambio de cámaras:	Sí existe.
Iluminación:	Luces tipo led de la cabina de radio.
	<b>Fuente: Elaboración propia, 2021</b>

**Tabla 5. Observación 4**

Categoría	Descripción
Fecha de observación:	26 / 06 / 2021
Hora:	9:30 am
Fecha de emisión de noticias	24 / 02 / 2020
Lugar:	Instalaciones de Radio Actual., Barrio Aranjuez, San José, Costa Rica.
Departamento:	Cabina de Radio.
Programa:	Noticias Actual.
Cantidad de participantes:	3
Software utilizado para transmitir:	vMix.
Herramientas tecnológicas de transmisión:	Instrumentos tecnológicos ubicados en la cabina de radio.
Función del operador/cabinero con el software	Regular.
Atención del cabinero en la transmisión	Regular.
Cambio de cámaras:	Sí existe.
Iluminación:	Luces tipo led de la cabina de radio.
	<b>Fuente: Elaboración propia, 2021</b>

**Tabla 6. Observación 5**

Categoría	Descripción
Fecha de observación	26 / 06 / 2021
Hora:	12:30 am
Fecha de emisión de noticias	6 / 03 / 2020
Lugar	Instalaciones de Radio Actual., Barrio Aranjuez, San José, Costa Rica.
Departamento	Cabina de Radio.
Programa	Noticias Actual.
Cantidad de participantes	3
Software utilizado para transmitir	vMix.
Herramientas tecnológicas de transmisión	Instrumentos tecnológicos ubicados en la cabina de radio.
Función del operador/cabinero con el software	Uso regular.
Atención del cabinero en la transmisión	Poca atención.
Cambio de cámaras:	No existe.
Iluminación:	Luces tipo led de la cabina de radio.
	<b>Fuente: Elaboración propia, 2021</b>

**Tabla 7. Observación 6**

Categoría	Descripción
Fecha de observación:	26 / 06 / 2021
Hora:	2:30 pm
Fecha de emisión de noticias	31 / 03 / 2020
Lugar:	Instalaciones de Radio Actual., Barrio Aranjuez, San José, Costa Rica.
Departamento:	Cabina de Radio.
Programa:	Noticias Actual.
Cantidad de participantes:	3
Software utilizado para transmitir:	vMix.
Herramientas tecnológicas de transmisión	Instrumentos tecnológicos ubicados en la cabina de radio.
Función del operador/cabinero con el software	No tan regular
Atención del cabinero en la transmisión	Únicamente para introducción y cierre del programa.
Cambio de cámaras	No existe.
Iluminación:	Luces tipo led de la cabina de radio.
	<b>Fuente: Elaboración propia, 2021</b>

### Herramientas de transmisión

Para todas las tablas presentadas anteriormente, dentro de las herramientas tecnológicas que se logró observar en las transmisiones en vivo de Noticias Actual fue una computadora para el manejo del programa de transmisión en vivo.

En dicha computadora, se encuentra el programa de streaming, el cual sería el encargado de para la lanzar la emisión de noticias y agregar otros elementos visuales por medio de la plataforma de Facebook.

Además, dentro de los equipos de transmisión se confirmó el uso de una a dos cámaras de video, las cuales ofrecieron la visualización de los protagonistas del radio noticiario, así como otras personas que también se presentaron durante el tiempo analizado.

Por su parte, otras herramientas que se utilizan para transmisión se encuentra una mixer o consola de sonido, la cual es la encargada de emitir el audio oficial que pasa tanto por la FM como por el Facebook Live del noticiero.

También, de sus respectivos equipos de sonido o parlantes para el monitoreo del vivo, así como un total de ocho micrófonos, de los cuales, en todas las transmisiones efectuadas se utilizan dos, para la observación 2, mientras que el uso de tres para las observaciones 1,3,4,5 y 6.

Por último, dentro de la cabina de radio se encuentra un televisor el cual se utiliza para el monitoreo visual de la transmisión en vivo que se realiza en el momento de la edición de Noticias Actual.

Esta última herramienta se logró observar únicamente gracias visita de la cabina de radio donde se efectúan las transmisiones, mientras se realizaban entrevistas a encargados del noticiero para el aporte de esta investigación, ya que por medio de los encuadres y tomas que ofrecieron durante todo el tiempo establecido, el monitor no se observa expresamente en los videos de las transmisiones realizadas, no obstante, cuenta como uno de los instrumentos para la utilización durante transmisiones en vivo.

### **Función del operador/cabinero con el software**

Dentro de las funciones principales que se lograron observar, según en tablas 2,3,4, y 5, el cabinero prepara inicialmente el programa de transmisión para lanzar al aire la emisión de noticias mediante Facebook Live, la cual inicia con una imagen del logo oficial del noticiero, y seguidamente con la toma principal, donde se observa la totalidad de participantes, dejando así correr transmisión con normalidad.

Por el contrario, en las tablas 6 y 7, se logró visualizar que el inicio de la transmisión se realiza inmediatamente con la imagen los presentadores y encargado del noticiero. Es decir, no se contó con ninguna imagen que represente alguna introducción o visualización del noticiero que está por comenzar.

Agregado a esto, se notó que, a nivel auditivo, las introducciones tampoco son iguales. Según las observaciones 1 y 3, las transmisiones comenzaron con la cuña oficial, locutada y preestablecida que caracteriza la presentación de las ediciones de Noticias Actual.

Por su parte, en las restantes observaciones, se comprobó que las transmisiones iniciaron ya con la locución y conversación del director hacia la audiencia.

Por otro lado, en cuanto a la observación 1, este participante, en su función, no utiliza el software para representar de manera visual que el noticiero se encuentra en los anuncios comerciales de la radio. De manera que, la transmisión en vivo, en la totalidad de su tiempo, pasa con una sola toma de vídeo, dirigida hacia los locutores y periodista que realizaron la edición.

Mientras que, para las observaciones 2,3,4,5 y 6, utilizó el software para representar de manera visual que el noticiero se encuentra en una pausa comercial de la radio. Por lo que, la transmisión en vivo, continua con su audio original de la emisión por FM, pero, la imagen principal en Facebook fue cambiada por el operador para tapar las acciones que en ese momento los ejecutores del noticiero realizan a la hora de los anuncios comerciales.

Dentro de algunas otras observaciones, como en la 2,3,4,5 y 6, se captó el uso de elementos gráficos que añaden información al contenido de la transmisión en vivo emitida por Facebook Live, tales como cintillos informativos, la hora oficial, y pantallas gráficas. Únicamente en la observación 1, solo se observó el elemento gráfico de la hora oficial ejecutado en toda la transmisión.

Por otro parte, en la observación 3, se determinó que el operador realiza cambios de imagen en cuanto a los encuadres de video, debido una entrevista programada para esta ocasión, de manera presencial, que se realiza en conjunto con el periodista a cargo.

Una vez termina la entrevista periodística, el cabinero quita la imagen de la cámara principal para cambiarla por el logo del noticiero, ya que se dirigen a pausa comercial.

De igual forma, se visualizó en la observación 4 que el operador de transmisión realiza cambios de encuadre, pero esta vez debido a la locución que se realiza por parte de los profesionales presentes para esa función en específica, que se ejecutan en conjunto con el periodista a cargo. No obstante, las en las observaciones 1,2,5 y 6 no se visualizó ningún tipo de función en cuanto al cambio encuadres de vídeo

Por último, en todas las observaciones realizadas, se constató que el operador del Facebook vuelve a utilizar el software cuando va a terminar el programa informativo para quitar la imagen de la cámara principal, y cambiar hacia una imagen del logo del noticiario.

### **Atención del operador/cabinero en la transmisión**

Dentro del tiempo de atención que realiza el operador de la transmisión en Facebook, para la observación 1, se logra notar que es prácticamente nula, ya que únicamente ejecuta el programa para ponerlo en vivo. Dicho participante regula más el audio de la radio con respecto a las inserciones que se presentan en el noticiero con las fuentes informativas.

De esta manera, se constata que la operación del cabinero con respecto a la transmisión de Facebook Live es mínima, ya que únicamente, en esta ocasión, a nivel de imagen se refleja solo la presentación de los locutores y periodista a cargo del noticiario, y no presenta un dinamismo en la función audiovisual.

La atención del operador en la transmisión, durante esta primera observación, vuelve hasta que concluya la edición de Noticias Actual, para efectuar cambio de imagen con el logo del programa y así terminar la transmisión en vivo a través de Facebook.

Por su parte, en la observación 2, el tiempo de atención que realiza el operador de la transmisión en Facebook se logra notar que es más participativa, ya que ejecuta cambios en el programa para representar secciones a parte del producto inicial, tales como los anuncios comerciales. Dicho participante realiza ciertos cambios de imagen para las inserciones de fuentes informativas; con el logo del noticiario como imagen principal.

Lo mismo se pudo notar dentro de la observación 3, ya que ejecuta cambios en el programa para representar secciones, tales como los anuncios comerciales, entrevista y sección deportiva. Sin embargo, se observó que, en determinado momento, el operador, deja la transmisión de lado, mientras el noticiero continúa con normalidad a nivel de audio, pero, el logo de Noticias Actual

permaneció por varios minutos fijo, como imagen principal, mientras el contenido era locutado por los participantes de ese momento, de manera que, la atención a la transmisión en ese momento no fue efectuada.

Para la observación 4, en cuanto a la atención del cabinero en la transmisión, se determinó que deja la transmisión de lado con una sola toma, ya que mientras un periodista encargado de la sección deportiva se encontraba dando la información por llamada telefónica; es decir, no era visible quién estaba hablando.

En la transmisión se nota que los participantes visibles en ese momento no realizan ningún trabajo, de manera que, la atención a la transmisión no estaba siendo efectuada para diferenciar la sección que se estaba presentando en ese momento.

De la misma manera que en las observaciones anteriores, la número 5, el operador presta una atención regular a la transmisión, a pesar de que, en esta ocasión se notó que durante las inserciones que se presentan en el noticiero con las fuentes informativas, la incorporación de elementos multimedia para la visualización de la información no es efectuada.

Mientras que, para observación 6, el tiempo de atención que realiza el operador en la transmisión en Facebook se logra notar que es prácticamente nula, ya que únicamente ejecuta el programa para ponerlo en vivo, y poner una imagen del logo de Noticias Actual durante una tanda de comerciales solamente.

De esta forma, se constata que la operación del cabinero con respecto a la transmisión de Facebook Live es mínima, ya que únicamente, en esta ocasión, a nivel de imagen se refleja solo la presentación de los locutores y periodista a cargo del noticiero, y no presenta un dinamismo en la función audiovisual.

### **Cambio de Cámaras**

En cuanto al cambio de tomas o encuadres hechas mediante el software de transmisión en conjunto con la serie de cámaras que están en la cabina de radio, para las observaciones 1,2,5 6, son totalmente inexistentes.

En el análisis de estas ediciones de Noticias Actual, se constata que en los minutos de transmisión de Facebook Live la imagen o encuadre es uno solo. Es decir, no se registra ningún

ángulo diferente al de la cámara principal que refleja la participación de los dos locutores y del periodista a cargo, en cada una de las fechas registradas respectivamente,

No obstante, para la observación 3, el cambio de tomas o de encuadres hechas mediante el software, se presentan gracias a una entrevista efectuada esa fecha.

En el análisis de esta edición, se constata que la imagen o encuadre es uno solo durante varios minutos. No obstante, se registra un ángulo diferente al de la cámara principal, ya que dentro del contenido ofrecido se incorpora otra participante, catalogada como entrevistada.

Una vez efectuada la entrevista, se logra identificar que se continúa con el mismo encuadre a nivel audiovisual, con cambio a imagen de una animación para la representación de la sección deportiva.

Por su parte, para la observación 4, también se logró notar un cambio de toma o encuadre durante toda la transmisión efectuada en Facebook.

En el análisis de esta edición de Noticias Actual, se constata que la imagen o encuadre son dos. Se registra un ángulo diferente al de la cámara principal, ya que dentro del contenido ofrecido se incorpora locutores, la cuales son los encargados de leer la información preparada.

Se logra identificar que, una vez efectuada la locución, se continúa con una sola imagen y encuadre principal a nivel audiovisual.

### **Iluminación**

En cuanto a la iluminación en las observaciones realizadas, se consta que todas cuentan únicamente con dos barras de luz tipo LED, una correspondiente para los micrófonos de los participantes, donde estos se encuentran durante toda la transmisión y otra para el cabinero o encargado de ejecutar el audio y vídeo de las ediciones informativas.

Por lo tanto, se determinó que no hay cambio en la intensidad, color o tipo de luz en toda la transmisión en vivo que se tomaron en cuenta para esta investigación.

### **Ejecución de las herramientas**

Para ejemplificar los resultados del uso de las herramientas de transmisión efectuadas para el radio noticiario Noticias Actual en la plataforma de Facebook Live, se realizaron distintas consultas a personeros del noticiero y de Radio Actual, la cual es la empresa en la que se centra la

investigación, pero también, a trabajadores de Radio Columbia, otra compañía que está dentro del mismo modelo de negocio y cuenta con los mismos servicios informativos a la comunidad de las redes sociales, con el fin de conocer una perspectiva externa a la del estudio en específico.

Tal y como se detalló en las observaciones, la prioridad en cuanto al servicio informativo no es el Facebook Live, sino la transmisión de radio como tal. Así lo reconoce el cabinero de Radio Actual, Alberto Hernández, al mencionar que:

Tengo que poner atención más a la radio, a la cabina, a la consola principalmente. El Facebook sí hay que ponerle atención, pero ya me enfocó en la cabina de Radio, que es el fuerte de aquí, donde sale el sonido a la transmisión de Facebook. El Facebook es como un Plus como para que la gente participe en línea, pero el fuerte de la radio de la cabina (Hernández, entrevista personal, 2021).

Pese a esto, también se le consultó al director de Noticias Actual, Berny Vásquez, acerca de la importancia que le dan a esta red social, de manera que, a pesar de la poca participación o manipulación que le ejecutan dentro de las transmisiones en vivo, asegura que, para un medio de comunicación, de las redes sociales:

Ya uno no puede rehusar. Si es a nivel de venta publicitaria, vas a un potencial cliente y te dice que, si están en las redes, y si no están, estaríamos mal [...] Las redes sociales lo vemos como un elemento más, que no es imprescindible (Vásquez, entrevista personal, 2021).

De igual forma se puede reconocer que otras emisoras del país como Radio Columbia ejecutan la misma prioridad para sus productos informativos. Siendo la radio como la principal, y el Facebook secundario para el contenido ofrecido a la audiencia.

Se le consultó a Daniel Calvo, cabinero de Radio Columbia y encargado de lanzar las transmisiones en vivo de cada programa que ofrece esta emisora, acerca de los niveles de primacía en su puesto de trabajo, ya que dichas funciones se combinan entre sí todos los días. Su respuesta arrojó que esa prioridad suele ser casi que la misma.

Cumplimos esas dos funciones, pero siempre tenemos claro que la prioridad es el audio es el sonido y por ende la radio, pero ya vamos con el Facebook Live que es la segunda etapa,

pero igual se vuelve vital porque es un servicio que la empresa da a los oyentes, tanto en el país como afuera, entonces las dos cosas son importantes pero lo principal es el sonido para la radio (Calvo, entrevista personal, 2021).

Para ampliar en este aspecto, dentro de las entrevistas contempladas se encuentra el periodista y jefe de información de Noticias Columbia, Allan Arroyo, el cual explicó que evidentemente la prioridad de su trabajo es la radio, sin embargo, las redes sociales en la actualidad son de vital importan, ya que:

Facebook se ha venido a convertir en un importante complemento. Es una plataforma importantísima que la gente ya la busca [...] Además es una plataforma importantísima para conocer la opinión de la gente, qué temas se están moviendo que opinan de cierto tema, nos comparten información en algún momento si algo sucede en carretera o un accidente hemos recibido reportes por Facebook, entonces el Facebook Live nos permite tener una retroalimentación de la gente de la audiencia y eso es muy importante en radio y en los tiempos actuales (Arroyo, entrevista personal, 2021).

Por esta razón, el Facebook Live viene a ser unos de los complementos más importantes a destacar en el medio de comunicación estudiado, ya que alberga un centro de información importante para los usuarios de esta plataforma.

En cuanto al programa de transmisión utilizado para lanzar las ediciones de Noticias Actual, resulta ser un programa que su utilidad es sencilla. Tanto así, que el propio cabinero reconoce que su uso es empírico, y no cuenta con alguna especialización para el manejo de estos equipos: “la cabina me hizo la misma experiencia y el tiempo. Igualmente, con el Vmix, yo aprendí viendo y con el tiempo fui agarrando la idea al programa” (Hernández, entrevista personal, 2021).

De manera que, la práctica en este tipo de plataformas hace que las transmisiones vayan adaptando un estilo, el cual es interpuesto con la experiencia que va sumando el controlista.

Con esto se debe señalar que, la utilidad del programa de streaming no se efectúa en su totalidad, es decir, su aprovechamiento podría ser aún mayor para una efectiva comunicación multimediática.

Por su parte, el equipo con que se cuenta para llevar a cabo las transmisiones en vivo es de vital importancia en cuanto a su uso. Esto sin importar las marcas o la cantidad, ya que, haciendo una comparación con Noticias Actual y Noticias Columbia, se contabilizan casi las mismas herramientas de transmisión.

No obstante, Calvo identifica otras herramientas importantes que se desarrollan conforme a su utilización, necesarias para cada programa que se desea transmitir. Es decir, no solo el programa de streaming es ejecutado para dar contenido o representar la parte audiovisual.

Wirecast es el programa que utilizamos, pero de la mano podemos utilizar Skype, si hay alguna conexión inalámbrica de alguien que esté fuera de la emisora por alguna situación especial entonces podemos utilizar esa, o la que se llama Zoom (Calvo, entrevista personal, 2021).

Por lo tanto, los distintos softwares de conectividad y comunicación también deberían ser tomados en cuenta para las transmisiones a través de Facebook, ya que estos facilitan las necesidades que conlleva un noticiero radial emergido en la modalidad virtual.

De la misma manera, estas herramientas adicionales ejemplifican la mayor utilidad audiovisual posible para las transmisiones en vivo. Ya que ejecutan en sí una especie de versatilidad en contenido informativo.

Para enfatizar en este aspecto, el periodista Allan Arroyo, de Noticias Columbia, comentó acerca de las herramientas audiovisuales que ejecutan para dar más facilidad y dinamismo a la transmisión que efectúan a través de Facebook, la mismas que Noticias Actual; al asegurar que:

En la medida de lo posible se trata de que siempre las entrevistas, por ejemplo, salgan en vía Zoom en la medida de lo posible, para tener siempre la imagen; se utilizan pantallas gráficas en algunas ocasiones. En otras ocasiones cuando estamos transmitiendo desde algún lugar, la señal es vía Zoom y también en algunos momentos hemos compartido videos previos para hacer un Roche que nos tapen mientras estamos al aire (Arroyo, entrevista personal, 2021).

Del mismo modo, la pertenencia y ejecución de instrumentos tecnológicos para la elaboración de las informaciones o el contenido periodístico, es de esencial importancia para cada

uno de los implicados del noticiero, de tal manera que, los periodistas serían los encargados de producir el material necesario para su visualización a través de las redes sociales.

En cuanto a este tema, el periodista y encargado del aspecto digital de Noticias Actual, Uriel Dávila, comenta que una de las características de que representa este proyecto informativo es la adquisición de equipo para cada uno de los participantes: “cada uno de nosotros tiene un mixer, un micrófono y nos comunicamos por internet. Podemos entrar en vivo únicamente hacemos la llamada y nos conectamos enlazamos directamente a la cabina” (Dávila, entrevista personal, 2021).

Esta acción genera una oportunidad para que el radio noticiario sea competitivo en cuanto a la inmediatez y elaboración de la información que se ofrecería a los usuarios de las redes, ya que contempla la utilización de herramientas que ayudan a una efectiva comunicación en el momento que se genere la noticia, por lo que, si se agregan más elementos que se apegan al tema audiovisual, se generaría un acaparamiento de todos los canales de comunicación que se podrían aprovechar.

Tal y como se expuso en la entrevista, Dávila comentó acerca de la pertenencia de equipo suficiente para realizar transmisiones en vivo, a través de las redes sociales, en cualquier parte o lugar que se genere la noticia. Sin embargo, parte de los impedimentos para explotar ese equipo fue el hecho de dejar hacer transmisiones por la falta de conferencias de prensa presenciales que generó debido a la pandemia del Covid-19.

Estábamos empezando a ser las transmisiones con nuestro propio equipo. Con una cámara con trípode nos estábamos integrando a las conferencias de prensa, lo manejamos directamente, o sea no evitamos material, simplemente estábamos preparados cuando venía alguna conferencia, preparábamos un texto un titular y vamos en directo y tratábamos de mejorar el sonido. Tenemos equipo para transmitir, pero está guardado no lo hemos podido explotar por la pandemia (Dávila, entrevista personal, 2021).

Como parte de los resultados obtenidos en las entrevistas para el primer objetivo de esta investigación, se consultó con el gerente de Radio Actual, Luis Diego Angulo, la evaluación de esta empresa con respecto a la apuesta que tiene para las redes sociales. Con lo que se evidenció la clara atención y faltante de trabajo por parte de la organización, debido a inconvenientes externos, hacia las redes sociales. Así como su proyección a futuro del manejo de estas plataformas, así como su especialización por parte de un equipo en específico.

Todos los programas no sólo salen para radio sino que pasan ser audiovisuales aprovechando las redes sociales todos los programas de la radio son audiovisuales todos están en Facebook y se ha ido metiendo un poquito de recursos en esa parte en cuanto a la estructura de personal que vaya hacer esas redes sociales es uno de los retos que tenemos para este año estaba para el 2020 sin embargo los efectos de la economía dio un revés que venía antes de la pandemia pero la pandemia lo intensificó la idea era tener un departamento de redes sociales que cubriera eso 24 horas al día y no fuera tan individualista o que no saliera sólo desde la cabina sino que hubiera otro objetivo. La idea es que haya cierto tipo de producciones exclusivas para redes sociales (Angulo, entrevista personal, 2021).

Por lo tanto, Radio Actual con su programa informativo, Noticias Actual, pasan por una transición a la modalidad digital, la cual, el uso de sus herramientas tecnológicas para la transmisión en vivo de sus ediciones, se centraliza en un nivel prácticamente básico, de manera que, la ejecución de sus instrumentos no sobre pasa las expectativas de los usuarios, los cuales tienen una gran variedad de contenido dentro de la plataforma de Facebook, con lo que compite directamente este noticiario radial en el aspecto digital.

### **Análisis de los elementos de la noticia multimediática radiofónica**

Para dar con los resultados del objetivo número 2 de esta investigación, el cual es “analizar los elementos de la noticia multimediática radiofónica para su visualización en la transmisión Live de la plataforma Facebook de Noticias Actual”, se utilizó los instrumentos de la entrevista y observación, con un total de seis programas realizados a lo largo del primer trimestre del 2020, en la página oficial de Facebook de Radio actual.

Durante este lapso establecido, se tomaron en cuenta dos videos por cada mes, por lo que se obtuvo un total seis observaciones, las cuales fueron utilizadas para detallar la preparación, características e implementación de imágenes, videos, cintillos o pantallas gráficas que visualicen la información periodística dentro de una transmisión en vivo, en el modelo audiovisual.

### **Observaciones de los elementos multimediáticos**

En este apartado, se presentan la continuación de la serie de tablas de observación que albergan la información obtenida con la aplicación de este instrumento de investigación, para con

los con videos escogidos de Noticias Actual que se transmitieron a través del Facebook Live de Radio Actual, durante el primer trimestre del 2020.

El análisis de estas observaciones se mostrará después de la lista de las segundas seis tablas, las cuales están especificadas con cada categoría que pretende concluir con el segundo objetivo de esta investigación.

Para esto se toma en cuenta factores como las imágenes ilustrativas, cintillos informativos, utilización de pantallas informativas, así como la introducción de información periodística durante la transmisión. Por último, se visualiza también la reproducción de vídeos que complementen la información que utilizan para llevar a cabo cada una de las transmisiones.

A continuación, la lista de tablas de observación realizadas para dar con el objetivo número 2 de la investigación:

**Tabla 8. Observación 1**

<b>Categoría</b>	<b>Descripción</b>
Fecha de observación:	25 / 06 / 2021
Hora:	9:30 am
Fecha de emisión de noticias	10 / 01 / 2020
Lugar:	Instalaciones de Radio Actual., Barrio Aranjuez, San José, Costa Rica.
Departamento:	Cabina de Radio.
Programa:	Noticias Actual.
Cantidad de participantes:	4.
Software utilizado para transmitir:	vMix.
Imágenes ilustrativas:	Solo una imagen.
Cintillos informativos:	No existe.
Utilización de pantallas informativas:	No existe.
Introducción de información periodística del noticiario:	No existe.
Reproducción de vídeos:	No existe.
	<b>Fuente: Elaboración propia, 2021</b>

**Tabla 9. Observación 2**

<b>Categoría</b>	<b>Descripción</b>
Fecha de observación:	25 / 06 / 2021
Hora:	12:30 md
Fecha de emisión de noticias	29 / 01 / 2020
Lugar:	Instalaciones de Radio Actual., Barrio Aranjuez, San José, Costa Rica.
Departamento:	Cabina de Radio.
Programa:	Noticias Actual.
Cantidad de participantes:	4.
Imágenes ilustrativas:	Solo una imagen.
Cintillos informativos:	Sí existe. Información general.
Utilización de pantallas informativas:	No existe.
Introducción de información periodística del noticiario:	Sí existe. Para tipo de cambio
Reproducción de vídeos:	No existe.
	<b>Fuente: Elaboración propia, 2021</b>

**Tabla 10. Observación 3**

<b>Categoría</b>	<b>Descripción</b>
Fecha de observación:	25 / 06 / 2021
Hora:	4:30 pm
Fecha de emisión de noticias	12 / 02 / 2020
Lugar:	Instalaciones de Radio Actual., Barrio Aranjuez, San José, Costa Rica.
Departamento:	Cabina de Radio.
Programa:	Noticias Actual.
Cantidad de participantes:	3
Imágenes ilustrativas:	Sí existe
Cintillos informativos:	Solo un cintillo
Utilización de pantallas informativas:	Una animación gráfica
Introducción de información periodística del noticiario:	No existe.
Reproducción de videos:	No existe.
	<b>Fuente: Elaboración propia, 2021</b>

**Tabla 11. Observación 4**

<b>Categoría</b>	<b>Descripción</b>
Fecha de observación:	26 / 06 / 2021
Hora:	9:30 am
Fecha de emisión de noticias	24 / 02 / 2020
Lugar:	Instalaciones de Radio Actual., Barrio Aranjuez, San José, Costa Rica.
Departamento:	Cabina de Radio.
Programa:	Noticias Actual.
Cantidad de participantes:	3
Imágenes ilustrativas:	Solo el logo de Noticias Actual.
Cintillos informativos:	Sí existen.
Utilización de pantallas informativas:	No existen.
Introducción de información periodística del noticiario:	Solo mediante un cintillo.
Reproducción de videos:	No existe.
	<b>Fuente: Elaboración propia, 2021</b>

**Tabla 12. Observación 5**

<b>Categoría</b>	<b>Descripción</b>
Fecha de observación:	26 / 06 / 2021
Hora:	12:30 md
Fecha de emisión de noticias	6 / 03 / 2020
Lugar:	Instalaciones de Radio Actual., Barrio Aranjuez, San José, Costa Rica.
Departamento:	Cabina de Radio.
Programa:	Noticias Actual.
Cantidad de participantes:	3
Imágenes ilustrativas:	No hubo. Solo el logo de Noticias Actual.
Cintillos informativos:	Sí existen.
Utilización de pantallas informativas:	No existen.
Introducción de información periodística del noticiario:	Solo mediante un cintillo.
Reproducción de videos:	No existen.
	<b>Fuente: Elaboración propia, 2021</b>

**Tabla 13. Observación 6**

<b>Categoría</b>	<b>Descripción</b>
Fecha de observación:	26 / 06 / 2021
Hora:	2:30 pm
Fecha de emisión de noticias	31 / 03 / 2020
Lugar:	Instalaciones de Radio Actual., Barrio Aranjuez, San José, Costa Rica.
Departamento:	Cabina de Radio.
Programa:	Noticias Actual.
Cantidad de participantes:	3
Imágenes ilustrativas:	No hubo. Solo el logo de Noticias Actual.
Cintillos informativos:	Solo un cintillo de información general.
Utilización de pantallas informativas:	No hubo.
Introducción de información periodística del noticiario:	No hubo.
Reproducción de videos:	No hubo.
	<b>Fuente: Elaboración propia, 2021</b>

### **Imágenes ilustrativas**

Para este elemento de la noticia multimediática radiofónica, se logró determinar que, en todas las observaciones realizadas en cada una de las transmisiones escogidas, las imágenes ilustrativas e informativas que refuercen el contenido ofrecido por parte del medio de comunicación no fueron expuestas. Es decir, no existió en ningún momento de la transmisión imágenes que complementen la información ofrecida por el radio noticiario.

Únicamente se observó como imagen ilustrativa del logo oficial que representa el programa informativo que se está transmitiendo en vivo. Esta imagen es utilizada para abrir la transmisión en Facebook Live, junto con la introducción radial característica del noticiario. Así como para cubrir los momentos en que se transmiten los anuncios comerciales; excepto en la observación 1.

Además, la única imagen insertada en las transmisiones de Facebook de Noticias Actual se utilizó para cubrir durante inserciones periodísticas que se reprodujeron en algunas transmisiones.

Por último, se vuelve a utilizar esta imagen para el cierre formal del programa, de manera que, esta imagen es la única que se pudo observar en todos los videos reproducidos para la aplicación de este instrumento de investigación.

### **Cintillos informativos**

Para la observación 1, con respecto a los cintillos informativos que sirven para complementación de información periodística, se observó que su participación en esta edición es totalmente inexistente. Siendo así la única edición en la que dicho elemento de la noticia multimediática no fue ejecutado ni siquiera para dar información general de lo que se está transmitiendo, o del tema que se está tratando en el momento.

Por su parte, en cuanto a las observaciones 2,3,4,5 y 6, se observó la utilización de cintillos para identificar el programa que se está transmitiendo. Dicho instrumento trae consigo en logo oficial de Noticias Actual, en tamaño pequeño, con las leyendas de “Escúchenos 107.1 Fm – Primera edición”, lo cual se podría categorizar como un cintillo de información general del programa y de la radio, sin que aporte o agregue valor a la información que se brinda dentro de la transmisión.

Como detalle de las implementaciones detalladas anteriormente, este cintillo fue el único utilizado durante todo el tiempo transcurrido en las transmisiones de las observaciones 6 y 3; con la salvedad de que en esta última se utiliza otro cintillo diferente para la representación del periodista que dio la información deportiva, casi al final de la transmisión.

Además, dentro de las observaciones 2,4 y 5, se utilizó un cintillo para agregar contenido que representa el tipo de cambio del dólar del día. Esta herramienta viene acompañada de la hora oficial, frecuencia de radio FM en que se transmite, y una barra de texto en movimiento que informa sobre las condiciones del clima. Es presentada en la mayoría del tiempo que se realizó la transmisión.

Como otro apunte en cuanto a los cintillos informativos, en las observaciones 3 y 4 se presentaron fuentes externas de información en condición de expertos de los temas propuestos para las ediciones investigadas. En estos programas se utilizó únicamente el cintillo de información

general durante toda la transmisión, por lo que no se aprovecharon para comunicar de quién se trata la fuente periodística, o el tema que habla.

En conclusión, este elemento de la noticia multimediática no fue ejecutado y aprovechado a su máxima utilidad para dar información específica que complementen o añadan información periodística, como un valor agregado para la audiencia de redes sociales.

### **Pantallas gráficas informativas**

Este elemento representa ser una herramienta valiosa para añadir y complementar información periodística que se brinda en las transmisiones. Dentro de las observaciones 1,2,4,5 y 6, las pantallas informativas fueron casi inexistente.

En estas observaciones en específico, únicamente se refleja la hora oficial del noticiario. Un elemento se está en constante anuncio o mención por parte los locutores, especialmente cuando los temas de las informaciones van cambiando una a una.

Por su parte, en la observación número 3, dentro de la categoría de pantalla informativa que se encuentran en esta edición, se reproduce una animación de figura humana haciendo series con un balón de futbol, por lo que así representan la sección deportes, ya que el periodista encargado se informa mediante llamada telefónica.

De manera que, la animación gráfica sería el único elemento de la noticia multimediática que se refleja, dentro de las categorías establecidas. para los usuarios de la red social de Facebook, al momento de observar la transmisión en vivo.

### **Información periodística en el noticiario**

No se logró observar la introducción de información periodística dentro de la transmisión en vivo, mediante imágenes, cintillos, pantallas o videos.

Por lo tanto, en esta edición el contenido periodístico ofrecido a la audiencia fue únicamente por audio real de la emisora, la cual representa el producto principal que se ofrece, no obstante, se deja de lado la utilización de herramientas audiovisuales que ayuden a complementar la información periodística.

### **Introducción de información periodística 2**

Se logró observar una introducción de información periodística dentro de la transmisión mediante un cintillo.

En esta edición el contenido periodístico ofrecido a la audiencia únicamente por audio real de la emisora, la cual representa el producto principal que se ofrece, no obstante, la información proporcionada del tiempo atmosférico, mediante un cintillo, se emite durante un tiempo prolongado, siendo esta la única información periodística, junto al tipo de cambio del dólar estadounidense.

### **Introducción de información periodística 3**

La información periodística insertada en esta edición es totalmente inexistente. Pese a que se realizó una entrevista presencial, no se insertó algún tipo de contenido que refleje el tema o aspectos de dicha entrevista.

Tampoco se logró observar algún cintillo que contenga información de noticias, tal y como se captó estos elementos en observaciones anteriores en las ediciones de Noticias Actual.

### **Introducción de información periodística 4**

Se logró observar una introducción de información periodística dentro de la transmisión mediante un cintillo.

En esta edición el contenido periodístico ofrecido a la audiencia únicamente por audio real de la emisora, la cual representa el producto principal que se ofrece, no obstante, la información proporcionada del tiempo atmosférico, mediante un cintillo, se emite durante un tiempo prolongado, siendo esta la única información periodística, junto al tipo de cambio del dólar estadounidense, que se introduce en la transmisión en vivo.

### **Introducción de información periodística 5**

Se logró observar una introducción de información periodística dentro de la transmisión mediante un cintillo.

En esta edición el contenido periodístico ofrecido a la audiencia únicamente por audio real de la emisora, la cual representa el producto principal que se ofrece, no obstante, la información

proporcionada del tiempo atmosférico, mediante un cintillo, se emite durante un tiempo prolongado, siendo esta la única información periodística, junto al tipo de cambio del dólar estadounidense, que se introduce en la transmisión en vivo.

### **Introducción de información periodística 6**

No se logró observar la introducción de información periodística dentro de la transmisión en vivo, mediante imágenes, cintillos, pantallas o videos.

Por lo tanto, en esta edición el contenido periodístico ofrecido a la audiencia fue únicamente por audio real de la emisora, la cual representa el producto principal que se ofrece, no obstante, se deja de lado la utilización de herramientas audiovisuales que ayuden a complementar la información periodística.

### **Reproducción de videos**

Tal y como se constató con la información periodística ofrecida en la transmisión en vivo mediante el Facebook Live de Radio Actual, en esta observación se logró verificar la inexistencia de videos de que complementen el contenido ofrecido a la audiencia en redes.

Por otra parte, dentro de la observación 3, se pudo constatar la presencia de un video gráfico ilustrativo del contenido ofrecido por parte de Noticias Actual; el cual reflejó la sección deportiva. Siendo este el único elemento multimedia que representa una información adicional de lo ya expuesto en la radio se puede determinar que el uso de la reproducción de videos es prácticamente inexistente.

### **Preparación e implementación de elementos multimediáticos**

Para analizar aún más la preparación e implementación de los elementos de la noticia multimediática, se consultó a los encargados del noticiario radial observado para detallar las implementaciones de información periodística, con los elementos multimediáticos, dentro de las transmisiones de Facebook Live.

Dentro los aspectos que se puede destacar, obtenido mediante la observación y entrevistas realizadas, es la falta de preparación del contenido multimedia para las ediciones de Noticias Actual en cuanto a transmisión audiovisual se refiere. Un detalle que determina la presencia visual del espectro digital en las redes sociales.

El controlista y encargado de emitir esta señal en vivo a través de Facebook, Alberto Hernández, aseguro que la presencia de este tipo de contenido no es regular. Por lo que su trabajo en cuanto al manejo de contenido multimedia es casi inexistente para la visualización de la información.

A veces los muchachos de noticias me pasaban algún tipo de material para reproducirlo; imágenes, videos. Todo lo que es el diseño de la pantalla en redes sociales sale por cuenta mía; el programa ya trae cintillos y materiales y yo me encargo de ponerlo. Es un trabajo que se realiza de vez en cuando (Hernández, entrevista personal, 2021).

De manera que, la utilización del contenido multimedia, que es traído principalmente por quienes forman parte del noticiero, se presenta de manera dispersa, ya que no todos los días de transmisión en el cabinero recibe material para insertar dentro de las ediciones audiovisuales.

Este fenómeno se logra notar al darse cuenta del personal que labora específicamente para estas funciones. Ya que el tiempo dedicado para implementación de este tipo de contenido es limitado para Noticias Actual. El mismo productor lo confirma al mencionar que

El problema de todo esto es que sólo dos personas no alcanzan. Definitivamente Usted tiene que delegar redes sociales a una persona, ventas a otra persona, prospectar a otra persona y hasta las finanzas también. Queremos hacer publlirreportajes porque tenemos los recursos para hacerlo en la parte de edición, pero ocupamos más tiempo (Dávila, entrevista personal, 2021).

Por su parte, la disponibilidad de otras personas es un factor importante por considerar para la implementación del contenido multimedia dentro de una transmisión en vivo de Facebook. Cada una de las personas que pertenezcan a un proyecto o programa que se transmita por esta vía es esencial para la ejecución de elementos multimediáticos. Tal y como lo confirma en su labor el cabinero de Radio Columbia, Daniel Calvo, en cuanto a las transmisiones emitidas.

Cada productor de espacio ya me sea Noticias Columbia, Columbia Deportiva o los espacios que son externos a la emisora, los productores o su equipo de trabajo lo suministra. En este caso los videos, las imágenes, el contenido general que ellos quienes transmitir tanto para la radio como para el Facebook Live y las redes sociales, entonces de acuerdo

con lo que ellos nos suministran y mediante un guion, se va a trabajando de acuerdo con ese guion lo que ellos necesitan (Calvo, entrevista personal, 2021).

Indiscutiblemente, este factor se vuelve esencial a la hora de la preparación y elaboración del contenido. El recurso humano representa la mayor necesidad posible para cualquier proyecto informativo, o programa que se lleve a cabo en cualquier red social o plataforma de transmisión audiovisual.

El periodista de Noticias Columbia, Allan Arroyo, explica la preparación y ejecución de los elementos que desean exponer en relación con la información que ofrecen en las distintas ediciones del noticiero que son transmitidas a través de Facebook.

Hay un equipo destinado a la parte de diseño y Web, entonces nosotros como periodistas les hacemos la solicitud vía chat de lo que necesitamos o alguna indicación de qué información necesitamos, los gráficos, las fotos o lo que queramos incluir, ellos nos envían la propuesta y nosotros rápidamente les decimos qué corregir, qué está bien o que no y luego ya lo ponemos al aire o lo compartimos en redes sociales. Es un equipo web gráfico hay una diseñadora gráfica de la que se encarga de ese proceso de plasmar un poco la idea (Arroyo, entrevista personal, 2021).

Con esto, se determina que la falta de personal de Noticias Actual para la preparación e implementación del contenido periodístico audiovisual es muy escasa en comparación a otros noticieros que son de su competencia. Por lo que su constancia también representa una minoría en el producto informativo.

Este factor se refleja en las declaraciones dadas por el director Berny Vásquez, en relación con la consulta de cuál posición considera que se encuentra Noticias Actual, en cuanto a la propagación de contenido mediante plataformas digitales.

Estuvimos pensando en pagar un poco para abrir el espectro y lo hemos probado pagando, pero no le vi un efecto significativo. Creo que la mejor forma es generando un trabajo tres veces más intenso que por razones de personal no podemos (Vásquez, entrevista personal, 2021).

Por lo que, en cuanto a la implementación del contenido multimedia, ofrecido por Noticias Actual, representa una participación prácticamente inexistente, debido a las distintas razones ya expuestas. Esta manera de ofrecer las noticias ofrecería un dinamismo que para el radio noticiero sería de vital importancia para su visualización.

Parte de lo expuesto por el cabinero de Radio Columbia, Daniel Calvo, es la necesidad de ser eficaces en cuanto a la entrega y difusión de la información, con el fin de no ser invariable en la presentación de las noticias, de manera que, otorgando información ilustrada, sería de mayor atracción para la audiencia a la que se dirigen los distintos noticieros.

A Calvo se le consultó sobre la frecuencia con que utiliza contenido multimediático dentro de los distintos programas que tiene a cargo para lanzar al aire en la plataforma de Facebook Live, con lo que su respuesta fue que:

Si es bastante frecuente lo que lo utilizamos. Recalco, nosotros somos radio, esto es un tema extra es un plus que le damos a la radio audiencia y a los diferentes seguidores de las redes sociales se trata obviamente de darle dinámica y no ser algo muy monótono, simplemente los periodistas verlos hablando, si no también darle un poco de dinámica a las transmisiones de Facebook Live y demás, entonces si se trata de acompañar con imágenes dar un soporte con videos con diferentes cosas a nivel visual (Calvo, entrevista personal, 2021).

Por su parte, se le consultó a Allan Arroyo, de Noticias Columbia, acerca de esas carencias que contienen en estos momentos en relación con las transmisiones de Facebook Live, y pese a tener más personal que Noticias Actual para la preparación e implementación, recalca se debe trabajar aún más detallado en esta plataforma para una correcta ejecución.

No hay mayor preparación diferenciada de hecho un reto que tenemos por delante es mejorar la parte gráfica independientemente de quién esté hablando en cabina o que se ve en la pantalla tener también gráficos por ejemplo como los de televisión que una persona pueda darse cuenta de qué es el tema o de qué se trata la entrevista. Ese es un paso que debemos dar y que podría diferenciar y mejorar un poco el producto de Facebook Live (Arroyo, entrevista personal, 2021).

Por lo tanto, las ejecuciones que se deban realizar en cuanto a la visualización del contenido periodístico se deben reflejar en el trabajo previo que se debe efectuar para cada una de las ediciones. Todos los elementos son de vital importancia para dar a conocer la información que se trata en el momento, ya que así no habría confusión o dudas para los internautas que son parte del consumo y trasiego de información que se encuentran en estas plataformas.

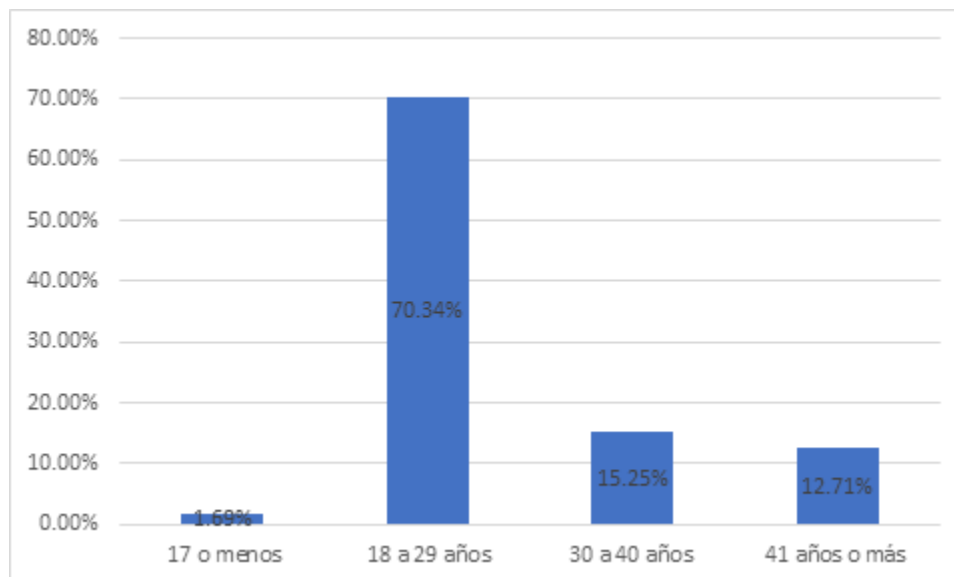
### **Descripción de los gráficos de la encuesta**

Para concretar el objetivo número 3 de esta investigación, el cual es determinar el contenido multimedia que la audiencia requiere para una correcta emisión de noticias mediante la plataforma En Vivo de Facebook, se tomarán en cuenta distintas categorías de transmisiones en directo. Se utilizó el enfoque cuantitativo, es decir, se eligió el instrumento de la encuesta dirigido a las personas que consumen constantemente el material que aparece en la red social analizada.

Esta encuesta fue realizada a 120 personas que son partícipes de las redes sociales día a día, y además consumen noticias mediante los distintos medios de comunicación, entre esos, las redes sociales. Las personas encuestadas fueron usuarios de la plataforma de Facebook que siguen a Noticias Actual, así como personas que no conocían del medio. Mientras que también se les realizó a periodistas y personeros de la misma radio.

### **Grupo de edad**

Dentro de la encuesta realizada se quiso precisar el rango de edad de cada persona, la cual es participe de las redes sociales.

**Gráfico 1. Pregunta 1. Grupo de edad**

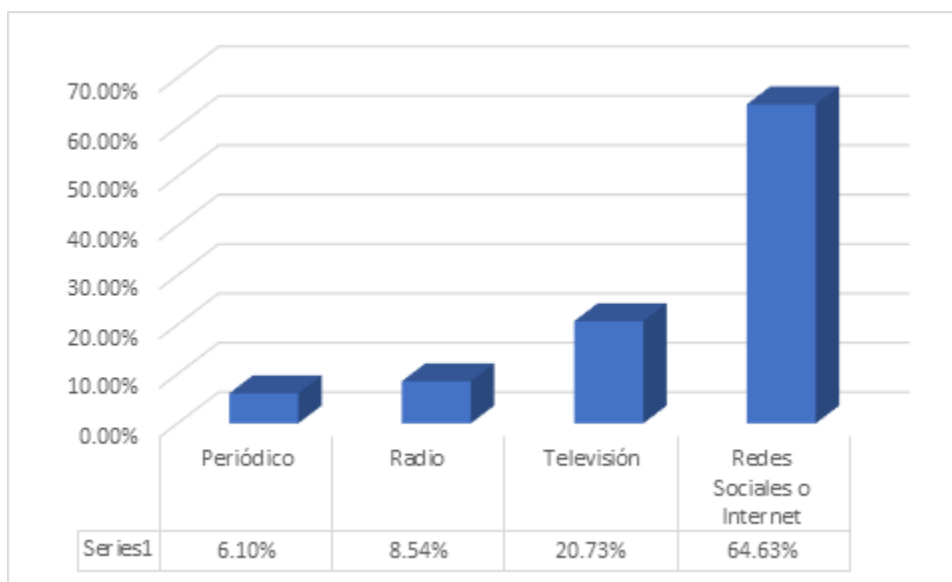
**Fuente: Elaboración propia, 2021**

En el gráfico anterior se determinó que la cantidad de personas encuestadas tienen un rango de edad entre los 18 y 29 años mayormente con 70.34%, lo que significa que representan 84 encuestados, seguido de entre 30 a 40 años con 15.25%, el cual representa un total de 19, más abajo de 41 años o más con un 12.71%, y de último los que tiene 17 o menos años con un 1.9%

Estos números representan que la son los jóvenes los que tienen mayor participación en cuanto a las redes sociales.

### **Medio en que se informa**

El tipo de medio de comunicación se determinó en la encuesta para descubrir cuáles son los principales canales de comunicación y consumo de información periodística de los encuestados.

**Gráfico 2. Pregunta 2. Medio en que se informa el encuestado**

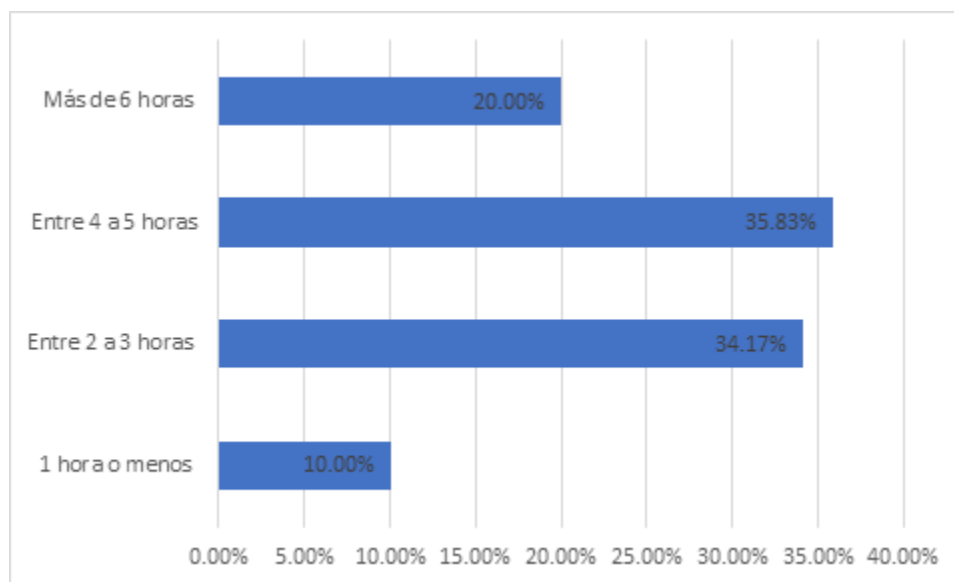
**Fuente: Elaboración propia, 2021**

En el gráfico se puede observar la clara diferencia que representan las redes sociales y el internet como medio de información de las personas. El porcentaje alcanza el 64.63% de las personas encuestadas, lo que sería 108 encuestados de los 120 en total.

Seguidamente la televisión se convierte en otro medio de información para los usuarios. Obteniendo un 20.73%. Mientras que la radio cae a 8.54% y el periódico a 6.10%

### **Tiempo que le dedica a las redes sociales**

Dentro de la investigación cuantitativa, es necesario saber la cantidad de horas que pasan los cibernautas en las redes sociales. Para ello se les consultó cuánto tiempo le dedica estar en las redes sociales por día.

**Gráfico 3. Pregunta 3. Tiempo que dedica el encuestado a las redes sociales**

**Fuente: Elaboración propia, 2021**

La mayoría de los usuarios utiliza el teléfono celular o computadora para estar en las redes sociales lo hacen durante unas cuatro a cinco horas a día. Así lo revela el gráfico anterior con un total de 35.83% de las personas encuestadas. Lo que representa 44 encuestados.

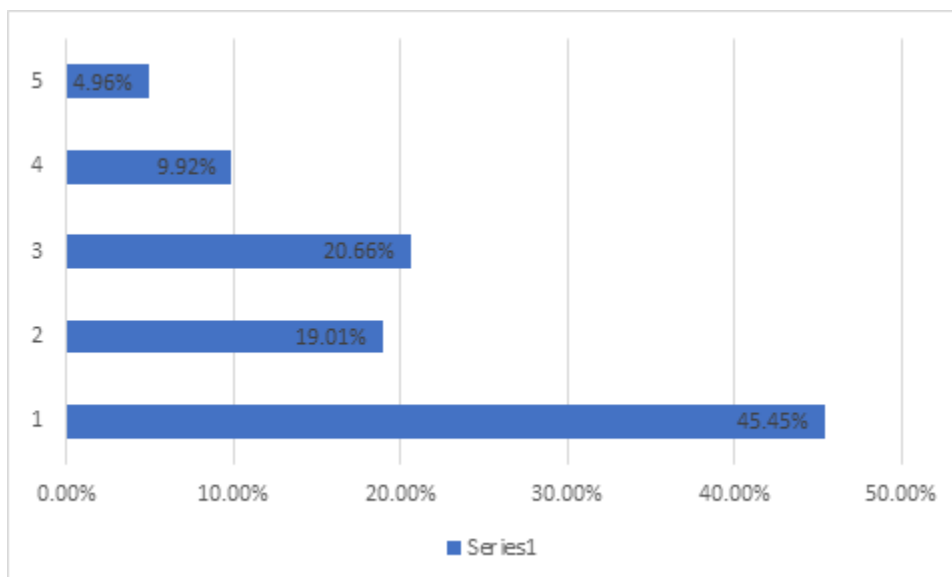
No obstante, muy pegado a eso, las personas encuestadas también pasan un poco menos en la pantalla. Ya que, entre dos o tres horas, solo el 34.17% se decidieron por esta opción, lo que representa un total 41 personas. Mientras que solo el 20% asegura estar más de 6 horas en las redes sociales. Y un 10% aseguró utilizarlo una hora menos.

### **Frecuencia con la que ve los Facebook Live de Radio Actual o Noticias Actual**

La frecuencia con la que las personas pueden ver un Facebook Live es importante para proyectar los contenidos que deberán ser trabajados de manera audiovisual. Por eso les consultó a los encuestados qué tan frecuente ve los Facebook Live de radio actual, o noticias-actual.

En el siguiente gráfico, se reflejará una tabla de niveles del 1 al 5, donde 1 es muy poca y 5 es con mucha frecuencia.

**Gráfico 4, Pregunta 4. ¿Qué tan frecuente ve los Facebook Live de Radio Actual, o Noticias Actual?**



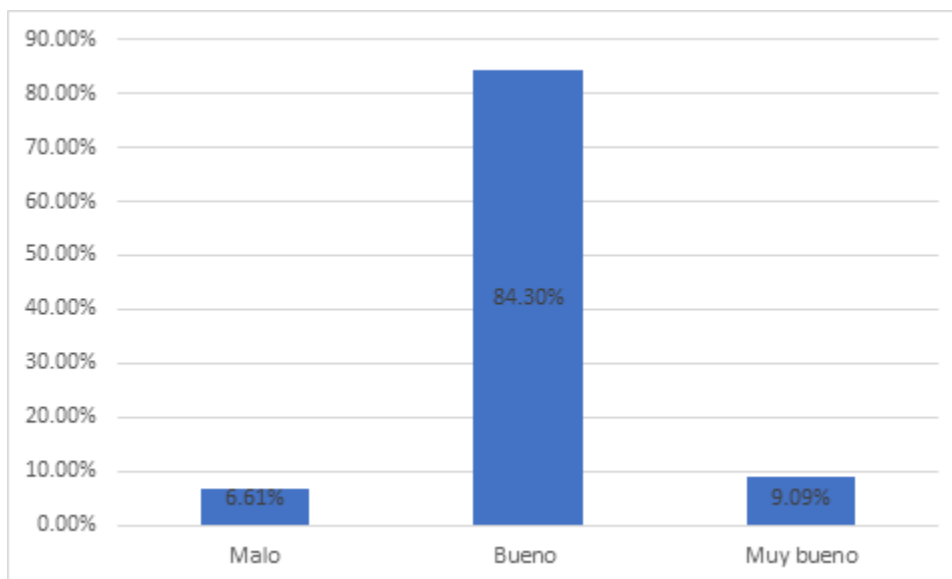
**Fuente: Elaboración propia, 2021**

Como evidencia la gráfica, la frecuencia de visitas y vistas no es muy alta. Noticias Actual al no tener tanta fuerza y presencia en las redes sociales Un total de 45.45% aseguraron ver con poca frecuencia el noticiario, mientras que el un 20.66% aseguraron verlo una frecuencia regular.

#### **Consideración del contenido de Noticias Actual en Facebook Live**

El contenido que ofrece Noticias Actual es evaluado en esta pregunta. De manera que se le consultó al encuestado que tan malo, bueno o muy bueno considera el contenido de Noticias Actual.

**Gráfico 5 Pregunta 5. ¿Cómo considera el contenido de Noticias Actual transmitido a través de Facebook Live?**



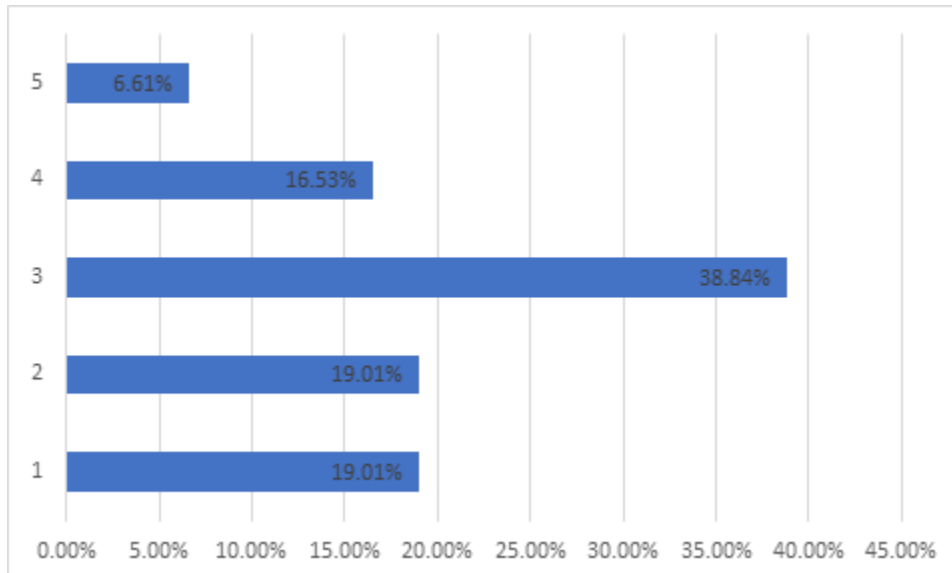
**Fuente: Elaboración propia, 2021**

Casi la mayoría de los encuestados aseguraron que el contenido de Noticias Actual en Facebook Live es bueno. Obteniendo un total de 84.3%, es decir, 102 personas seleccionaron esta opción. Mientras que 11 personas, el 9.9%, marcaron la opción de Muy Bueno, por su parte, las siete restantes representan el 6.61% de los que consideraron malo el contenido.

#### **¿Qué tan atractivos ve los Facebook Live de noticias actual?**

Se necesitó determinar qué tan atractivo son los videos en vivo de Noticias Actual en las redes sociales. Por eso, se les realizó la consulta a los encuestados, en donde, se refleja una escala de niveles del 1 al 5, donde 1 es muy poco y 5 es muy atractivos.

**Gráfico 6. Pregunta 6. ¿Qué tan atractivos ve los Facebook Live de Noticias Actual?**



**Fuente: Elaboración propia, 2021**

En la escala estipulada, el total del 38.84% aseguraron que consideran de manera regular la atracción visual en la transmisión en vivo de Noticias Actual. Mientras que un 19.01% representa en dicha escala una estimación baja o muy baja. Por su parte, a el 16.53% sí le gustó el programa a nivel visual.

### **Comentario del encuestado**

#### **Pregunta 7**

Esta pregunta es de categoría abierta, ya que queda a disposición del encuestado responder lo que guste con sus propias palabras, a la pregunta de ¿qué considera usted que debe tener un Facebook Live para ser atractivo? Dentro de las principales respuestas ante la consulta abierta, de cómo considera que un Facebook Live se ve atractivo, los encuestados respondieron lo siguiente:

- Mas vídeos e imágenes.

Poner más vídeos e imágenes que represente el contenido que ellos están transmitiendo.

- Mayor interacción con el público.

La interacción es un elemento importante, ya que el espectador siente que le están poniendo atención.

- Diseño gráfico.

El diseño de pantallas informativas, cintillos y demás aspectos gráficos son una herramienta que vuelve más atractivas las transmisiones, según los encuestados.

- Presentaciones dinámicas

Los vídeos con ediciones, y diseño gráfico ya establecido ayuda a que los espectadores se queden aún más observando la transmisión en vivo.

- Escenario y aspecto visual.

Es aspecto visual y la apariencia física, no solo de los presentadores, sino del lugar como tal son muy importante para el ojo del espectador.

- Publicidad

La publicidad es importante, ya que esta representa el sustento del proyecto, y, además, permite que los espectadores, además de quedarse dentro de la transmisión en vivo el producto que se vende u ofrece llega al consumidor.

### **Determinación del contenido multimedia**

En representación de lo expuesto anteriormente, para ampliar y determinar aún más el contenido multimedia requerido para una correcta transmisión de Facebook Live, se seleccionó el instrumento de la entrevista a profundidad para hondar en los principales criterios y características de la necesidades e innovación que se requiere en un programa informativo a la hora de su visualización a través de plataformas digitales.

Para esto, se contó con la participación del ingeniero en sistemas, estrategia digital y director de Web Mechanics, Esteban Mora, el cual destacó los principales requerimientos que se necesitan para el manejo y dirección de un medio de comunicación tradicional que se introduce a la modalidad digital con los diferentes requerimientos y facultades que se presentan para la realización de la información periodística.

Inicialmente, Mora considera que este producto ofrecido a la audiencia por medio de la radio se enfoca en un cierto tipo de persona, las cuales ya tienen definidas las modalidades en que se presenta la información considera como un medio tradicional. De manera que, para adentrarse

al mundo digital, las características del contenido ofrecido cambiarían en su totalidad a la hora de desplazarse a otras plataformas.

Si vos te enfocás, desde un punto de vista del lado del noticiero, tengo la edición de noticias y debería irme yo extendiendo a otros medios utilizando la palabra multimedia. El problema es que ya se llegó a un punto en que eso no es novedad y no aporta muchísimo valor, con el agravante de que llevar un programa de radio a Facebook Live no sirve porque la gente está esperando algo de interacción con video (Mora, entrevista personal, 2021).

Con esto, se podría decir que de las particularidades compuestas en el producto final que se transmiten en vivo, en cada una de las ediciones de noticias, con presentación de la información en conjunto con la interacción son parte de los principales aspectos a considerar como faltante importante para Noticias Actual, ya que, transmitir únicamente la imagen y audio de la cabina no genera mayor conexión con la audiencia que recibe el resultado de las transmisiones.

Agregado a este tema, el periodista Allan Arroyo, de Noticias Columbia, asegura que dentro de las consideraciones más importantes para una efectiva comunicación con los oyentes es prestarles atención, tomar en cuentas sus opiniones y disponer de un tiempo para leer lo que los usuarios comentan o proponen en cada transmisión, de manera que, se generaría algún tipo de empatía y nexo con la audiencia que se encuentra en las plataformas como Facebook.

Tener una retroalimentación de la gente de la audiencia es muy importante en radio y en los tiempos actuales. Comentarios, noticias que están sucediendo en este momento, es una plataforma importante y tratamos de incorporar ese apoyo de la gente a una transmisión de radio leyendo comentarios y la información que vamos recibiendo por esa plataforma (Arroyo, entrevista personal, 2021).

Entonces, este tema sería de vital importancia para tomar en cuenta cuando nos referimos a los detalles o particularidades que podría mejorar en las transmisiones de Noticias Actual, acogiéndose a una línea estructurada que refleje un buen manejo de la propagación de información y el contenido ofrecido en las plataformas digitales, para un tipo de audiencia en específico.

Dentro de las funciones del operador o encargado de emitir esas transmisiones en vivo, también existe oportunidad de interacción, así como de acaparar esa retroalimentación importante, ligada a los medios interactivos que ofrecen la plataforma de Facebook. En la entrevista personal,

Calvo refleja la importancia de mantener constantemente la vigilancia a los comentarios y opiniones de las personas, ya que esto puede definir una ruta correcta para la audiencia a la que se dirige.

Uno tiene la ventaja de poder interactuar por medio de comentarios, o mensajes privados, entonces por esos medios existe la posibilidad de interactuar y ahí uno ve muchas cosas, opinando del tema, de lo que se está hablando como tal, a como diferentes criterios de la misma transmisión, cosas que uno también ve porque hay que ser realista, uno aprende día a día de diferentes personas y uno aprende también de los oyentes. Entonces, es como ese termómetro que mira lo que a los oyentes les gusta cuando pasamos este tipo de publicaciones a través de Facebook Live o cuando hacemos X o Y cosa de una transmisión es un buen termómetro para uno darse cuenta de que tan bien pueden ir el norte de la transmisión (Calvo, entrevista personal, 2021).

Por esta razón, la definición del tipo de audiencia a la que se presenta la información es esencial para identificar esas necesidades que se requieren implementar, y así, dar una correcta línea de contenido estipulado para una modalidad en específico; la digital.

De manera que, dentro de las necesidades de Noticias Actual en este momento, es realizar una revisión de la audiencia a que se dirige, y definir qué se quiere hacer con ella. Por lo que, el contenido que se trabaja durante todos los días tendría una preparación específica para cada audiencia. Lo que vendría a transformar la manera en que se presenta la información.

Mora, recalca la necesidad de definir hacia donde se desea poner la información, ya sea lo digital o tradicional, pero, con la condición de que cada una de las informaciones tiene que ir preparada de la manera más adaptada posible a cada una de las audiencias.

En este caso dependerá de la audiencia. La audiencia que tenés en radio no es la misma que tenías en la red social, entonces tenés que identificar quién es la audiencia, y a partir de ahí empezar a construir. Si lo vas a hacer al revés, tenés que hacer un MVP (mínimo producto viable) lo que se conoce como un prototipo, algo que apenas funcione, algo barato de prototipar y echar la pista. Entonces, hay que empezar a probar y medir las reacciones en función de su contenido. Y eso te va dando una idea de por donde sí y por dónde no,

terminas de invertir hasta que tenés un conocimiento real de la gente (Mora, entrevista personal, 2021).

Por consiguiente, Noticias Actual necesita invertir de su tiempo y dedicación a la creación de contenido exclusivo para las redes sociales. No obstante, esa exclusividad tiene que marcar una diferencia, ya que su producto estaría compitiendo con otros factores que no necesariamente podrían ser informativos o de noticias, sino de lo que alberga una red social como Facebook, de esta manera, se identificaría como un contenido diferente a lo que comúnmente podría encontrarse en esta plataforma. Para esto, el estratega Esteban Mora comenta que:

En este caso, viendo la posición de Noticias Actual sería uno más del montón. ¿Qué es lo que yo haría en este caso? Empiecen a crear otro producto y se quedan exclusivamente en plataformas digitales. Hay algo que me extraña de porqué la gente no utiliza. Que es, si vos podés crear contenido, preparar logos en el ritmo que a vos te dé la gana y después decís aquí está el contenido para la radio, publíquelo, pero es un contenido para crear una audiencia o sea un producto único.

En otras palabras, el contenido que se quiera ofrecer ya sea para radio o Facebook, podrá tener un tiempo definido que se puede proporcionar en cualquier momento. Todo el material que desean publicar debería ser preparado con dirección, y que no afecte el factor de la actualidad para poder incorporar cualquier trabajo válido de informar, por lo tanto, Noticias Actual debe de considerar las oportunidades de cada tema importante para crear un contenido exclusivo que se canalice a través de los distintos medios, para identificar y atraer a esa audiencia que sigue estas informaciones.

Agregado a esto, el especialista en redes comenta que la dirección en la que se deben presentar las informaciones es un punto decisivo dentro de las consideraciones a tomar como medio de comunicación, es decir, Noticias Actual debería precisar sus funciones y sus productos informativos para marcar ese norte que los definiría como un medio que está en ambos lados; digital y tradicional.

Ellos tienen que definir si son radio o son video porque la gente va a esperar dos cosas completamente diferentes. Si son radios tienen la ventaja de que puede moverse a otras plataformas entre la a temporalidad. La otra parte es que si son video tienen que ser más

originales, es decir, ya no estás haciendo Radio, es una cosa totalmente diferente entonces tenés que estar a la altura del medio. Entonces, si yo tuviera que proponer algo para ese escenario tal cual lo haría en función del presupuesto (Mora, entrevista personal, 2021).

De manera que, ambos canales de transmisión son válidos para que el noticiero presente su información, siempre y cuando esta vaya definida y estructurada para cada audiencia. Esto implicaría más recursos a nivel de personal, un factor que anteriormente se analizó, también como una de las necesidades más importantes para la elaboración y operación de un medio de comunicación.

Sumado a esto, Arroyo comentó acerca de esas necesidades que también pasan a pesar de ser un noticiero consolidado a través del tiempo, las cuales dentro de esas es el personal requerido para implementar los distintos elementos que componen una transmisión y las noticias multimediáticas.

Necesidades de personal para poder tener más vídeos, más gráficos, poder ir cambiando supers, para eso es importante el recurso humano. Es limitado entre tanta cosa que tenemos que hacer. Más personal nos permitiría también estar más afuera poder hacer pases en vivo desde el lugar que lo intentamos hacer, pero todavía falta recursos y recursos tecnológicos mejorar cámaras mejorar y mejorar el software que se utiliza (Arroyo, entrevista personal, 2021).

Una vez establecido que este aspecto no sería una inconveniente para la preparación y difusión de las noticias en el país y el mundo, el radio noticiero debería considerar en crear una estructura que entre ambos canales (digital y radio) complementen entre sí todo el trabajo periodístico elaborado. Esta idea la explica el estratega digital, Esteban Mora, al comentar que, en los grandes programas de entretenimiento de la televisión nacional, son una ventana para que las personas se incorporen aún más en cada una de las plataformas digitales en las que se encuentre el programa o producto.

Esto es una estructura complementaria. Cuando vos hablás de multimedia estás hablando de audio y video, yo no pienso esto como multimedial si no cómo si no hablo de trans medial, o sea, empiezo en un medio y termino en otro. Por ejemplo, tenés Dancing With The Stars en Canal 7, el 'core' del producto está en el canal. Ese es el que paga, pero

durante la semana ellos van haciendo complemento que salen en la parte digital entonces ahí estás manteniendo al público entretenido en toda una historia, eso es algo que Noticias Actual podría hacer, pensar en algo trans medial donde la radio complemente al Facebook Live y viceversa (Mora, entrevista personal, 2021).

No obstante, esta estructura complementaria que expone el experto es necesaria que tenga una clara ruta de operación y ejecución, que ayude a mantener el trabajo realizado por cada uno de los personeros del proyecto.

Esto lo explica exponiendo una propuesta en la que el producto exclusivo que se ofrezca a una audiencia podría monetizarse de la manera en que quienes constantemente consumen informaciones, deseen adentrarse a la modalidad en que se presente las informaciones. Esto implicaría que el noticiero contenga el material más importante dentro de una exclusiva plataforma que brinde toda la información.

Lo que se ocupa es hacer esto rentable y para que esto sea rentable tiene que ser atractivo para un comprador. Entonces en este caso, yo lo que haría es pensar en una estructura trans medial. En otras palabras, yo haría lo siguiente: un producto con una estructura Premium, es decir, lo usas hasta cierto punto y si querés más características tenés que pagar. La idea es que 1% de los clientes compense el 99% que están utilizando menos recursos. Entonces el Facebook Live sería un magneto algo atractivo para que de alguna forma u otra los llevé hacia los productos que están en actual FM eso estrategia podría funcionar muy interesante (Mora, entrevista personal, 2021).

De otro modo, las noticias son elemento importante que se encuentran en muchas de las plataformas digitales. Dependiendo de cómo se visualicen será la respuesta de cada uno de los usuarios consumidores de la información. Dentro de los principales aspectos destacados por varios de los entrevistados se encuentran la complementación de información que se puede añadir dentro, por ejemplo, en las transmisiones.

El encargado de la información de Noticias Columbia, Allan Arroyo, expresó que todos los elementos multimediáticos son de vital importancia para esa atracción del público tan diverso al que se exponen, con esto, refuerza la necesidad de trabajar aún más parte audiovisual para lograr el objetivo de acaparar a la mayor cantidad de personas posibles.

A Arroyo se le consultó que cuáles elementos considera indispensables para una correcta transmisión de Facebook Live, a lo que el periodista respondió:

Me parece que gráficos sólo es un complemento importante. No sólo tener a los presentadores en la cabina, gráficos me refiero a los supers que van pasando quiénes son los que están hablando, cuáles son los temas, hacer un poco de esa parte de televisión que la televisión lo hace muy bien, creo que es importante porque muchas veces la gente va pasando y competimos contra videos cómicos, otros medios de comunicación, competimos contra un montón de mensajes en redes sociales, en esa pasada que va haciendo la gente tenemos que atraer de alguna forma la atención y en el caso del noticiero hemos notado que cuando hemos puesto algún gráfico de cuál es el tema y quien está hablando la gente se detiene un poco (Arroyo, entrevista personal, 2021).

Por su parte, el cabinero y encargado de agregar a la hora de la transmisión todos los elementos antes mencionados por el periodista Arroyo, concuerda en que agrega mucho más dinamismo y diversidad a una transmisión en vivo de Facebook.

Me parece que la parte visual no sólo de video e imágenes, sino de tener varias tomas varios encuadres. Esto vuelve una transmisión de Facebook Live con mucha dinámica, divertido. Depende del contenido no sólo se pueden transmitir contenido programas de opinión o de un formato más estructurado sino también en su momento programas de comedia y demás, pero esto lo vuelve muy ameno. Creo que utilizar la herramienta de diferentes tomas con la cámara, los encuadres y demás. Y también de todo este material de videos, fotografías, imágenes de cuadros de estadística y depende de lo que estemos hablando en ese momento creo que eso ayuda, y es algo vital para ser bien amena y dinámica la transmisión como tal (Calvo, entrevista personal, 2021).

Por lo tanto, las expectativas de la audiencia en la que se somete Noticias Actual son muy diversas y traen consigo una serie de retos que se deben afrontar e identificar para el correcto uso de las herramientas, las cuales, conllevan también necesidades ya identificadas por cada una de las personas que componen el noticiero. Todas estas aristas determinan la oportunidad de adentrar aún más un medio de comunicación tradicional al mundo digital.

Como parte de esto, el mismo cabinero de Radio Columbia comentó que parte de su trabajo trae consigo:

Creo que las radio emisoras se tienen que acoplar a eso. Buscar dinamismo, innovación, evolución para dar un mejor producto final a la gente y hoy en día las redes sociales. Vemos muchos medios de comunicación que son únicamente sociales, y tienen un alcance muy grande y es por medio de estas plataformas, y por supuesto van de la mano con estas transmisiones de Facebook en vivo que se generan desde el lugar de la noticia, por ejemplo, o de donde hacen el programa. Entonces sí es muy importante hoy en día y es una forma de mercadeo de mercadear la radio a nivel de patrocinios y demás (Calvo, entrevista personal, 2021).

De manera que, las transmisiones de Facebook Live son una herramienta muy valiosa para cualquier medio de comunicación que quiera expandir sus contenidos, llevándolos a otra plataforma que exige la elaboración o preparación de estos de manera específica, atiende a las necesidades de recurrir a una exclusividad de materiales y tipos de trabajo definidos o delimitados para brindar una correcta información, la cual se visualice y exponga al medio como una empresa que invierta y dedica tiempo a los productos o servicios que ofrece para cada una de las audiencias a las que se dirige.

Como resultado de estos instrumentos aplicados para responder a la pregunta establecida en el primer capítulo de esta investigación, de que si ¿es posible adaptar un radio noticiero tradicional como Noticias Actual al contenido multimedia que se transmite mediante una plataforma como Facebook Live?, como consecuencia, se puede determinar que sí es posible realizar una transición del contenido tradicional a plataformas digitales como las redes sociales, siempre y cuando este se trabaje de manera diferente y perfilada para la plataforma digital que se menciona en la pregunta.

De tal manera que, en el conjunto de resultados de lo expuesto con el trabajo de campo realizado para dar con los objetivos de esta investigación, las transmisiones necesitan una reformatión del contenido y dedicación específica para una efectiva utilización. Además, con la incorporación de más elementos que complementen la información periodística para la visualización indicada a la audiencia en específico.

Noticias Actual tiene el potencial informativo que podría convertir en un producto diferente y original para ofrecer a las personas usuarias de las redes sociales, esto siempre manteniendo su estilo tradicional para la radio. Por lo que, sus trabajadores tendrían que proponer y delegar más funciones para utilizar otro canal de comunicación tan importante como las redes sociales.

Con lo anterior, se expone que el manejo de las transmisiones en Radio Actual, para Noticias Actual, deberá ser reformulado y detallado en cada una de las funciones que contienen faltantes o deficiencias que evidencia la falta de dedicación para un producto diferente que se podría explotar aún más.

## CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Las siguientes conclusiones tienen como objetivo responder a las variables o categorías descritas en este estudio, como consecuencia para proponer la información de cómo crear una estrategia para adaptar un radio noticiero tradicional como Noticias Actual al contenido multimedia que se transmite mediante una plataforma como Facebook Live.

Con los instrumentos que se seleccionaron para esta investigación, se logró determinar una serie de aspectos que son importantes para los usuarios y que según los expertos son relevantes en cuanto al cambio de modalidad tradicional a digital por parte de un medio de comunicación.

La investigación cumple con el objetivo general de diseñar una estrategia multimediática para el radio noticiero Noticias Actual enfocada en adaptar las notas radiofónicas tradicionales a la modalidad Facebook Live primer trimestre del 2020.

Dentro de las primeras conclusiones, en cuanto al primer objetivo de identificar el uso de las herramientas de transmisión en Facebook Live de Radio Actual, se logró determinar que la utilización que, de todos los equipos, es evidente el manejo mínimo que les brindan a las transmisiones.

Lo anterior se corroboró en las tablas de observación, realizadas en las transmisiones escogidas, con el uso y funcionalidad del operador o controlista que estaba en las ediciones de Noticias Actual.

Aquí se estableció que el uso del programa para transmitir en vivo se utiliza relativamente poco, dando como resultado un uso continuo casi inexistente de las herramientas de transmisión virtual a través de Facebook.

Este fenómeno se produce debido a la principal característica que engloba las funciones de las personas encargadas de poner las transmisiones en vivo en las redes y es su prioridad a la emisión de radio que se genera al mismo tiempo.

Con esto, se concluye que los oficios elaborados para la radio en conjunto con la transmisión digital producen de deficiencias en alguna de las dos partes, principalmente en la digital, ya que este no es producto fuerte del noticiero investigado.

Pese a que en varias transmisiones se notó que el uso de las herramientas es ejecutado, la mayor parte del tiempo no se aprovechan a su máxima potencialidad. Esto refleja que la atención del operador no es la suficiente, ya que sus funciones determinan qué debe hacer primero antes de manipular la transmisión audiovisual.

Estos aspectos se manifiestan en cada una de las emisiones digitales producidas. Se determinó que debido a la poca operación del programa de streaming y la falta de preparación de contenido específico por parte de los encargados del noticiero para transmisión por redes sociales, el contenido multimedia que ejemplifique o complemente las noticias brindadas es totalmente inexistente.

Por lo tanto, las emisiones de noticias que se generan a través del campo digital soy muy monótonas, es decir, todas representan la misma dinámica en cuanto al uso de las herramientas de transmisión. Esto debido principalmente a que la preparación de contenido específicamente para las redes no es común en Noticias Actual, así como la operación que debe realizar el cabinero en cuanto a los distintos tipos de trabajos que ejecuta al mismo tiempo, ya sea la transmisión por Facebook Live o por la radio FM.

La interacción de un medio de comunicación con su audiencia se puede lograr con la atracción de material audiovisual. Este es de vital importancia para demostrar cuan dinámico es lo que ofrece, ese contenido particular y diferente que define las proyecciones establecidas de Noticias Actual.

Por otro lado, el segundo objetivo que se planteó es definir los elementos de la noticia multimediática radiofónica para su visualización en la transmisión Live de la plataforma Facebook de Noticias Actual.

De esta manera, se logró conversar a profundidad mediante una entrevista con distintos actores que se relacionan a la investigación, en donde se determinó que el contenido multimedia en las transmisiones no se desarrolla como un trabajo normal, ya que es prácticamente inexistente.

En todas las entrevistas realizadas, los expertos consultados concluyeron que la preparación e implementación del contenido multimedia se realiza de manera espontánea. Es decir, este tipo de trabajo no es habitual, a pesar de que se considera importante, los encargados del Noticias Actual no cuentan con el tiempo para la elaboración de este tipo de contenido.

Dentro de las conclusiones que se obtuvieron para este objetivo es la inexistencia de imágenes, vídeos y pantallas informativas que complementen el contenido periodístico. De manera que, las transmisiones de Noticias Actual no ofrecen un contenido mayor a ya expuesto en la radio, siendo así un en vivo que no aporta información detallada a nivel audiovisual de lo que en determinado momento se está dando a conocer.

Por lo tanto, la información periodística que podría reflejarse en cada una de las transmisiones de Facebook Live no está siendo elaborada para la audiencia en específico que la observa y la herramienta como tal tampoco está siendo suficientemente aprovechada como canal de comunicación para un programa informativo.

Otros elementos de la noticia multimediática que son utilizados, más no aprovechados a su máximo uso, son los cintillos informativos. Dentro de esta herramienta, su aplicación se considera como una de las más sencillas, ya que todas las veces ejecutadas aportaron información general que no complementó en su totalidad las noticias presentadas.

Por su parte, también se concluyó en la necesidad de contar con diseños gráficos establecidos con la finalidad de ofrecer un producto más atractivo. Únicamente se utilizan cintillos diseñados con información periodística que por un momento toma relevancia, pero conforme avanza el programa pierde su atracción por no cambiar la información constantemente.

De igual manera, se debe considerar que las presentaciones del material audiovisual requieren de un diseño gráfico nuevo y preestablecido conforme a las informaciones que se dan en las transmisiones en vivo.

Dentro de otras conclusiones de los elementos de la noticia multimediática, se determinó que debido a que la preparación del contenido visual no es común en el trabajo de Noticiero, se dedujo que la necesidad de tener más personas es el factor más importante para aumentar la producción audiovisual y así conseguir una implementación adecuada de la información periodística en las transmisiones en vivo de Facebook.

De otro modo, el tercer objetivo de esta investigación pretendía determinar el contenido multimedia que la audiencia requiere en las emisiones de Noticias Actual mediante la plataforma Live de Facebook, con el fin de conocer las necesidades que poseen los seguidores del noticiero que también son parte de la comunidad virtual de las plataformas digitales.

Para este aspecto se tomó en encuesta la encuesta realizada a las 120 personas, entre esas usuarias de la plataforma de Facebook. En ello, se logró determinar de que la persona joven es a quien deberían visualizar como espectador final de los contenidos elaborados.

De esta forma, la preparación tendría un público específico y establecido para direccionar la transición de la información de la modalidad radial a la digital; este tipo de audiencia se logra observar el ítem 1 de la encuesta realizada.

Se concluyó que las redes sociales y el internet son el principal medio de información para los encuetados. Según lo expuesto los ítems 2 y 3 de la encuesta. Esto, refleja la necesidad de adentrarse de lleno en lo digital como noticiero, ya que las personas se informan más por canales audiovisuales hoy en día, esto repercute en crear un producto diferente y ofrecer información periodística de otra manera, en las transmisiones en vivo por medio de las redes sociales.

Sin embargo, ese ofrecimiento que debería trabajar Noticias Actual como único y específico para redes sociales es necesario considerar la posición en la que se encuentra el canal de comunicación en que transmiten, ya que dentro de los resultados obtenido se evidenció que se debe trabajar en la exposición del medio como tal.

Es decir, este noticiero no cuenta con una audiencia tan alta, por lo que su trabajo digital o audiovisual debe enfocarse también en un posicionamiento de marca en redes sociales. Esto podría lograrse por medio de una estrategia digital que complemente las transmisiones y tenga como objetivo dar a conocer aún más el producto ofrecido por el equipo de Noticias Actual.

Por lo tanto, se concluye además que, por esta posición baja en las redes sociales, el trabajo inicial se centraría en aumentar el nicho digital, crear una dirección establecida para que el noticiero se vuelva más atractivo para los usuarios, por ende, ser una fuente de información constante y a disponibilidad para los cibernautas de las redes.

En los ítems 4 y 6 de la encuesta realizada demuestran en sus respuestas lo antes mencionado. Una calificación alta en desconocimiento del proyecto, un resultado bajo en cuanto al atractivo y frecuencia de visitas.

Como consecuencia de esto, el contenido es el elemento más importante por considerar para renovar, crecer y establecer como objetivo principal de Noticias Actual. Ya que de las

características que componen este programa informativo es la calidad de noticias con las que se presentan a diario en las transmisiones.

Pese a que el mayor porcentaje de los encuestados confirmó que el contenido de Noticias Actual es bueno (ítem 5 de la encuesta), la faltante de contenido multimedia representa una de las mayores necesidades de mejora para el noticiero. Esto proviene de la percepción obtenido por parte de las personas encuestadas (ítem 7 de la encuesta), al revelar los puntos más importantes ante las necesidades de una transmisión en vivo, por medio de plataformas como Facebook, tal y como lo realiza el noticiero centrado de esta investigación.

De esta manera, se concluye que, para Noticias Actual la reformación del trabajo realizado recarga en la necesidad de realizar videos que ilustren las informaciones presentadas. La incorporación de imágenes que complementen cada una de las noticias en las que se informa a los oyentes, así como diseños gráficos preestablecidos añaden una mayor importancia y atracción visual a una transmisión de noticias.

Evidentemente, esta incorporación de material multimediático se centra en la especialización del trabajo que comúnmente realiza el medio de comunicación, ya que la operación de las redes sociales debe ser ejecutada con especificidad y dedicación para la audiencia definida. Por lo tanto, Noticias Actual debería contener a una persona que dedique su tiempo completo a la elaboración de este tipo de contenido, para dar un mayor sustento de las informaciones reflejadas.

Por su parte, este trabajo en específico tendría una constante participación por parte del encargado especializado en el manejo de las redes, ya que este tendrá las ocupaciones de la interacción, creación y manipulación de todo el contenido que sea necesario para las mejoras requeridas en las transmisiones de Facebook Live.

### **Recomendaciones**

Como primera recomendación para Noticias Actual, es que debe separar por completo la parte digital de la radiofónica, ya que la información que se está dando en las plataformas tecnológicas es exactamente la misma que se transmite en cada edición de noticias. De manera que, si el contenido es trabajado por aparte, cada uno de los públicos verán que el trabajo que se realiza es preparado específicamente para cada uno de los ámbitos.

Para esto, se recomienda la incorporación de una o varias personas que diversifiquen el contenido, lo procese y ejecute para las redes sociales. Produciendo así, un reflejo de mayor más dinamismo, actividad e interacción con la audiencia en la que se especifica esta investigación. Por lo que, el trabajo exclusivo al manejo y propagación del contenido periodístico es indispensable tener una persona como mínimo que ejecute todas la herramientas e instrumentos necesarios que evidencia la dedicación y preparación de la información para la audiencia.

Por esto, como recomendación para Noticias Actual, se debería optar por una alternativa que es la de crear producto nuevo como prototipo para la audiencia, en donde esta se consolide y siga creyendo en los servicios informativos. De manera que el público meta crezca tanto en la radio como en las redes sociales.

Esto sería posible mediante una estructura trans medial, donde el radio noticiario podría conservar la audiencia que escucha la radio, pero a la vez es participe de las redes sociales, siendo parte también del espectro digital que podría ofrecer el radio noticiario de Actual FM, mediante un producto que ofrezca diferente perspectiva de contenido a la comunidad digital, albergando todos los elementos necesarios para la visualización la información periodística.

Como con secuencia, esta especialización del contenido será un gancho para que la audiencia se traslade de una a otra plataforma de las que sea perteneciente Noticias Actual. Es decir, quienes escuchen la radio puedan tener la posibilidad de migrar a las redes sociales y obtener la información y todo el contenido del noticiario de una manera distinta y elaborada que demuestre la dedicación al aspecto digital.

Con esto, se lograría identificar las diferencias de productos ofrecidos por parte de radio, y de su modalidad virtual. Especificando así las audiencias y la dirección de los contenidos ofrecidos a las personas seguidoras de este medio de comunicación.

Por eso, parte también de las recomendaciones, tanto para Noticias Actual como la Radio Actual, es la creación de un departamento que se especifique en el manejo y producción de todos los contenidos establecidos para las redes sociales. De esta manera, se obtendría una mayor diversificación de la información que se propaga en plataformas como Facebook Live.

Este departamento estaría dedicado a preparar cada uno de los materiales que los distintos programas requieran en la radio, creando así una estructura diferenciada para cada uno de los

productos informativos que ofrecen. Con esto, se pretendería aumentar el uso de las herramientas tecnológicas de transmisión, la incorporación de abundantes imágenes, video y todo tipo de información ilustrada.

Como parte de las recomendaciones de esta investigación, también se debe mencionar que, de parte de la Universidad Internacional de las Américas, es necesario la incorporación dentro de los cursos establecidos para cada tipo de medio de comunicación tradicional, la adaptación que cada uno de estos tiene en el mundo digital.

Es necesario que los estudiantes de periodismo sepan que el manejo de redes sociales es importante conocerlo para saber los ajustes o cambios que se producen al generar contenido o información periodística que deba plasmarse en otras plataformas como las antes mencionadas.

Por lo tanto, se recomienda que los cursos y preparación de estos deban integrar el manejo del contenido tanto para el medio de comunicación digital pero también para la modalidad digital, es decir, se debe evidenciar las diferencias que incorporan el traslado de la información, ya que esta es elaborada de una manera, pero se transforma en de otra para adaptarse a las distintas herramientas que componen la virtualidad.

## CAPÍTULO VI: PROPUESTA

Para cumplir con el objetivo número cuatro de esta investigación, el cual es establecer la estrategia de comunicación para la adaptación de las noticias radiales tradicionales al formato multimedia, se presentará una serie de propuestas con las cuales conformen el crecimiento del proyecto de Noticias Actual, dando así con la transición de la información que será establecida y consolidada en los formatos digitales que más le convenga al servicio informativo.

Tal y como se detalla en este proyecto, el servicio de Noticias Actual únicamente contiene, a la hora de elaborar esta investigación, una serie de entregas informativas que contemplan la cobertura noticiosa que abarca el programa informativo, mediante micro informativos de un minuto que se transmiten por medio de 107.1 FM.

De manera que, este servicio informativo realiza un solo producto que se refleja a través de un solo canal de comunicación: la radio tradicional. A su vez, las entregas que daban a nivel audiovisual, tomadas en cuenta dentro de esta investigación, fueron pausadas por las distintas razones expuestas en el apartado de limitaciones.

Por lo tanto, la propuesta principal de esta estrategia de comunicación digital es para que Noticias Actual vuelva a brindar informaciones por las redes sociales en las que podrían ser expuestas. Siendo así este el objetivo general de esta estrategia; la reactivación del programa o servicio informativo en redes sociales.

No obstante, es necesario la creación de producto específico para redes sociales, en este caso las pertenecientes al noticiero, donde en su momento pasó de las ediciones matutinas que fueron observadas en esta investigación, para dar continuidad a los espectadores y seguidores que ya han generado con el tiempo. Por lo tanto, un objetivo específico de esta estrategia será la creación de un producto diferenciado para redes sociales.

De esta manera, el siguiente objetivo específico será la ampliación e implementación de dinamismo en la presentación de noticias que son elaboradas por los encargados del noticiero, y una mayor atracción de público meta que se encuentra en esta modalidad virtual.

### **Producto diferenciado para redes sociales**

La creación de un mínimo producto viable es una propuesta para que Noticias Actual comience a generar y crecer con su propio nicho en el ámbito digital. Se plantea lanzar un programa con contenido noticioso y de análisis a profundidad con temas que representen las necesidades del espectador y del país en la actualidad.

Dicha presentación deberá ir acompañada con la creación de espacios específicos y debidamente ilustrados con un diseño gráfico único, hecho especialmente para el noticiario. De esta manera, la proyección seguidores podría variar una vez se vaya consolidando el programa conforme las entregas informativas aporten en la red de Facebook.

Este producto especializado será elaborado y ejecutado para dar la mayor facilidad de información en poco tiempo para los usuarios, tratando los temas con un enfoque diferente y analizado para brindar una información a la que no es tan fácil obtener en otros lugares, es decir, este medio de comunicación deberá abordar los temas noticiosos a su propia manera y enfoque periodístico que agregue valor a las noticias ya expuestas en otros canales comunicación digital y no digital.

De manera que, se trata de una transmisión de vídeo en vivo que no sobre pase los 10 minutos de duración, con el fin de contener a los consumidores de la información en plataformas digitales, mientras la propagación del contenido noticioso se realiza o brinda de manera dinámica y atractiva.

Para mantener la mayor atracción del público posible al consumo de este producto, es necesario la elaboración de material previo para la ejemplificación y visualización de cada una de las informaciones. Es decir, el contenido multimediático de cada una de las noticias será preestablecido como el principal elemento a utilizar para la presentación del producto en redes sociales.

Dentro de las apreciaciones para la generación de este producto diferenciado, es consolidación de un servicio distinto a lo que se ofrece normalmente por radio, ya que así se acapara otra manera de presentar información periodística que se adapta a las plataformas en las que se encuentran muchas personas en la actualidad. De esta manera, Noticias Actual

complementaría sus servicios informativos radiales, junto con este producto diferente ofrecido por las plataformas de las redes sociales, adecuada a las necesidades del medio de comunicación.

Esta pequeña transmisión en vivo establecida como propuesta, podrá ser catalogada como una edición especial de Noticias Actual a nivel digital. La cual alberga la información que también se ofrece por medio de la radio, pero adaptada a la modalidad audiovisual, con detalles distintos y mejorados para la correcta difusión de noticias en un aspecto original del noticiario.

Parte de las consideraciones actuales, será necesario establecer que este producto diferenciado centrará su reproducción en las redes de Radio Actual, ya que su representación como organización es por medio de esta empresa que alberga su canal principal de comunicación, como es la radio, pero también alberga espacios, ya expuestos en esta investigación, como lo es la plataforma de Facebook Live.

### **Preparación especializada para redes**

Como parte de las tácticas que se deben establecer para la realización y activación de movimiento informativo por parte de Noticias Actual en las redes sociales, es necesario determinar que la preparación del producto o las informaciones que se requieran poner a nivel audiovisual, deberán ser trabajadas con anterioridad y total especialización.

Lo anterior se menciona debido a que la utilización que se le deba dar a los elementos multimedia requiere de mucho cuidado y valor para una correcta funcionalidad. Ya que, todas las opciones disponibles para la elaboración de contenido serán muy versátiles, por lo que será necesario la preparación y participación de alguien especializado en este trabajo.

Es decir, el trabajo que se realizará para las redes sociales deberá tener una persona principal como dirigente de las acciones que se contemplen en la elaboración del producto. Esta, será la encargada de acatar las características de una correcta transición de la información de la modalidad tradicional, como la radio, a la modalidad digital, como lo son las redes sociales.

La funcionalidad de esta persona contemplará claramente los objetivos principales de la estrategia de comunicación, la cual tendrá como meta la incorporación de un servicio informativo a la modalidad digital. De esta manera, las ocupaciones serán diversas con la finalidad de albergar la mayor versatilidad en la elaboración del contenido especializado para las redes sociales.

Para detallar un poco más estas funciones, a continuación, de tomarán en cuentas ciertos puntos importantes para la ejecución y transición de la información periodística tradicional, a la modalidad virtual.

### **Separación del contenido**

Dentro de las funcionalidades que se contemplarán para la elaboración del contenido digital, será la distribución y transición de todo el material que se produce todos los días por parte de Noticias Actual. Es decir, las noticias elaboradas para los micro informativos que se realiza a diario serán utilizadas y trasladadas a las redes sociales, esto bajo la estructura que le corresponda, adaptada a las características de la virtualidad.

Para ejemplificar este apartado, se puede mencionar que el contenido escrito elaborado para los micros noticieros que surgieron durante la mañana, se toma toda la información y se trata y transforma, mediante actualizaciones que surgirían durante el día, para la eventual publicación del producto diferenciado en la modalidad virtual.

Este tratamiento diferenciado de la información requiere de la preparación de videos e imágenes ilustrativas que describan todo el contenido publicado a través de la radio. Por lo que será de vital importancia la incorporación de contenido multimedia, en cada uno de los temas establecidos en la agenda del Noticias Actual.

Dentro de las consideraciones para elaborar este tipo contenido diferente, será la incorporación de constantes ediciones de vídeos y audios, en los que se generen las ilustraciones del material informativo. De esta manera, se asegura la visualización de las noticias que se elaboraron por de Noticias Actual, considerando así que se estará fabricando un producto diferente a lo que tradicionalmente realiza este programa.

De esta manera, la persona encargada de acaparar el material producido para la radio las transcriba al lenguaje adecuado de la modalidad virtual, y ejecute en conjunto la visualización de este contenido mediante los elementos multimedia que se requieran para la adaptación de noticias.

### **Guion**

Como parte de la elaboración para la adaptación de las noticias tradicionales a la modalidad digital, en este caso de las redes sociales, se optará por la creación de un guion que dirija las

producciones diarias de las ediciones de Noticias Actual, mediante una transmisión de corta duración que ofrezca una nueva manera de dar informaciones periodísticas.

<b>Tabla 14. Guion para producto en redes</b>		
<b>Sección</b>	<b>Vídeo</b>	<b>Audio</b>
Pre inicio de la transmisión	Pantalla gráfica con conteo regresivo. Leyenda en la gráfica: En breve comenzamos	Música neutral. Sonido de reloj
Introducción de transmisión	Cortina de introducción gráfica preestablecida.	Locución de cortina de introducción de transmisión
Presentación de principales informaciones.	Presentador con fondo virtual. Cintillo informativo.	Voz. Música de fondo.
Ilustración de informaciones.	Imágenes ilustrativas. Cintillos informativos. Pantallas informativas.	Voz en off
Inserción o entrevista periodística	Fuente periodística en persona o video. Cintillo informativo.	Audio propio
Presentación e Ilustración de informaciones.	Imágenes ilustrativas. Cintillos informativos. Pantallas informativas.	Voz en off
Cierre	Presentador despidiendo. Cortina de cierre gráfica preestablecida.	Voz. Locución de cortina de introducción de transmisión.
<b>Fuente: Elaboración propia, 2021</b>		

La tabla anterior representa una guía que podría adoptar Noticias Actual en la elaboración de un producto de entregas informativas diarias en la modalidad audiovisual, ya que contempla la utilización de los elementos que ilustran las informaciones.

Como se trata de una transmisión, el inicio de esta representa la incorporación de una pantalla gráfica que reflejará un conteo regresivo. Con esto, se da la expectativa del inicio del video y las informaciones que se van a brindar, dando así un espacio a la incorporación de los usuarios que navegan en ese momento por la red social de Facebook. Agregado a esto, se aprovecha la notificación que cada seguidor tendrá a la hora de que se inicia una transmisión en vivo.

Seguidamente, se iniciará con una introducción de lo que se trata esta pequeña transmisión. Esta cortina será ya preestablecida y preparada para su incorporación, de manera que será la persona encargada del manejo de la transmisión quien refleje este audiovisual. Posteriormente, se dará la presentación de la persona encargada de dirigir y comunicar las informaciones del día en manera de resumen.

La presentación e ilustración de las noticias se dará de manera casi que inmediata, conforme al inicio de esta transmisión. Dando así el dinamismo necesario para la visualización de las informaciones y adaptando la rapidez con la que se llevan a cabo las noticias en las redes sociales.

Por su parte, en caso de la incorporación de una fuente informativa, ya sea por medio de una inserción o entrevista, será obligatorio la representación de esta persona por medio de un vídeo o imagen, con el acompañamiento de cintillos que incorporen e ilustre la referencia periodística, con esto, se refleja aún más el dinamismo e introducción de material audiovisual.

De seguido, las informaciones continúan con su difusión, continuando con la ilustración implementación de la modalidad audiovisual, es decir, la entrega informativa se distribuye como una producción multimediática que ofrece noticias de manera diferencial y corta, como parte del contenido que ofrece Noticias Actual.

Por último, el cierre de este producto deberá ser una despedida rápida por parte del presentador que será incorporado a la imagen, más un último elemento elaborado de manera ya preestablecida. Esta herramienta podrá aportar información que represente una demostración de qué es Noticias Actual y los servicios informativos que ofrece.

## **Gráfica**

Para determinar una correcta ejemplificación de las herramientas audiovisuales en la ejecución de noticias periodísticas, será necesario establecer una sola línea gráfica configurada con los colores oficiales que representa el logo oficial de Noticias Actual.

Por medio de estos, los cintillos informativos deberán ser realizados en función de los colores y las informaciones que se requieran incorporar como complemento de las noticias expuestas en la transmisión. Además, su estructura se centrará en dos líneas de información que podrán describir el contenido que se está observando en el momento.

Este cintillo se desplazará por medio del logo oficial que estará presente durante toda la presentación de las noticias, dicho elemento también contendrá la hora oficial del día en que se transmite, de manera que, este será otro elemento gráfico que se incorporará como instrumento de multimedia.

Por su parte, las pantallas informativas también deberán acoplarse a una línea gráfica preestablecida para la unificación de todo el contenido gráfico que sea necesario utilizar. Estas podrán también albergar espacios específicos que permitan la incorporación de otros elementos, tales como los cintillos, logo oficial, o incorporación de personas enlazadas mediante otras plataformas que sean parte de las entregas informativas.

Por último, será necesario la creación de un fondo gráfico virtual que se utilice para escenografía con la que se pretendería presentar al encargado de emitir las noticias, tomando en cuenta también su elaboración bajo los estándares de colores y tipografía que se requiera, apegada a la ya establecida para Noticias Actual.

## **Instrumentos o herramientas**

Se debe de contemplar una serie instrumentos que ayuden tanto en la preparación, como en la ejecución de este producto diferencia. De manera que, cada uno de estos serán optados como los mejores para su aplicación en una producción audiovisual y de fácil acceso para un noticiero que no cuenta con gran presupuesto.

## **Programas de edición**

Los programas de edición son un elemento importante por el cual Noticias Actual deberá optar por adquirir y mantener para su ejecución. Dentro de estos existen diferentes tipos, según las necesidades o tipo de trabajo en que se vaya a realizar.

Para efectos de esta propuesta será necesario obtener software que sirvan para la edición de video, audio, imagen y elementos gráficos que puedan ser modificados constantemente, en relación con el contenido, posición o presentación, en medio de la ejecución de la transmisión.

Dentro de los programas tomados en cuenta para que Noticias Actual elabore su contenido digital, es la serie de paquetes ofrecido por Adobe Inc., entre los cuales están:

- Adobe Photoshop: para edición de fotos.
- Adobe Premier: para edición de videos.
- Adobe Audition: para edición de audio.
- Adobe InDesign: para edición de elementos gráficos.

Por lo tanto, esta serie de programas ayudarán a la preparación del contenido multimedia que se requiera implementar dentro de las transmisiones de noticias que realizaría Noticias Actual para su incorporación a las redes sociales mediante el producto audiovisual.

## **Programas de streaming**

Por su parte, será necesario contar con un software especializado en la transmisión de programas en vivo, que permitan el enlace por medio de la plataforma de Facebook, ya que dentro del objetivo principal de esta se centra en la propagación de la información a través de esta plataforma.

De esta manera, se toman en cuentas los siguientes programas de transmisión que son utilizados por las radios en Costa Rica para lanzar los programas de cabina hacia la plataforma digital de Facebook, dentro de eso Actual Fm 107.1 Fm. De los cuales esos programas son:

- Obs Studio
- Wirecast
- Vmix

Estos programas son contemplados para la elaboración de la transmisión propuesta, gracias a su fácil operación para los encargados de manejar las redes. Permiten que incorporación del material audiovisual sea utilizada de manera efectiva, así como los agregados gráficos que ilustran las informaciones presentadas.

### **Chroma Key**

Como parte de la estrategia de comunicación multimediática, será necesario la incorporación de una táctica audiovisual, la cual podrá reducir los gastos para la elaboración del producto diferenciado que podría presentar Noticias Actual en las redes sociales.

Para esto, será factible optar por la técnica de Chroma Key, o pantalla verde, la cual consiste en extraer un color de una imagen o video para remplazarla por otra imagen o video, esto con ayuda de programas especializados, como los antes mencionados en investigación.

Con este recurso, será posible la creación de muchos efectos especiales para el dinamismo que se le quiera dar a las ediciones de Noticias Actual por medio de transmisiones audiovisuales, de manera que, la obtención de este instrumento no es de un costo alto para efectos del presupuesto.

### **Cámaras**

Un instrumento indispensable para la elaboración de un producto audiovisuales es la pertenencia de cámaras para la captación de video para las transmisiones que se requieran realizar. Por eso, será necesario contar con al menos dos cámaras semi profesional, o profesionales, que permitan la conexión con los programas de streaming, para que este producto sea ejecutado.

Dentro de las cámaras por las que se podría inclinar la producción de este servicio informativo son las que se podrían catalogar como de servicio básico, esto debido al bajo presupuesto con el que cuenta Noticias Actual. Algunas de estas cámaras son la Amcrest 2k o la Amcrest 4MP. Ya que estas brindan las condiciones adecuadas para la elaboración de streaming, y resultan ser caras en el mercado.

### **Sonido**

Otro de los instrumentos necesarios será la utilización de micrófonos especiales para la transmisión realizada por parte de Noticias Actual, ya que, es aspecto auditivo será esencial ofrecerlo con la mejor calidad posible.

Para esto se podría tomar en cuenta micrófonos que capturen un sonido limpio, no requieran de mayor conexión o interfaces para su utilización. Por eso, se proponen los siguientes micrófonos a razón de su función, así como la del presupuesto que contenga Noticias Actual. Por lo tanto, los micrófonos son:

- Shure MV7 USB
- Razer Seiren X USB
- Blue Yeti USB

### **Computadora**

Como último elemento, pero no menos importante, es la adquisición de una computadora con las características adecuadas para poder elaborar una transmisión en vivo a través de cualquier plataforma digital que lo permita.

Para esto, será necesario que dicho instrumento cuente con la disponibilidad de albergar los elementos antes mencionados como lo son el programa de edición de audio y vídeo, así como el software de transmisión para efectuar el producto diferenciado. Con esto, se lograría acaparar todas las necesidades tecnológicas para la elaboración de una transmisión en vivo por parte de Noticias Actual.

### **Ejecución de las publicaciones**

Dentro de las especificaciones para las publicaciones de este producto diferente que podría ofrecer Noticias Actual, es la permanencia de cada uno de los actores responsables de su trabajo durante la ejecución de este, es decir, será necesario que para el lanzamiento de este producto deban estar las personas presentes, tales como el presentador, el productor, y el operador de los softwares que van a utilizar.

De esta manera, se podrá consolidar un rol de trabajo constante en cada uno de los días que se requiera transmitir. Por eso, las ediciones que presentaría Noticias Actual tendrían una mayor atención en el tiempo de la preparación y ejecución del contenido, que estaría más atenta a las acciones que se realicen en las redes sociales.

Por su parte, el horario deberá establecerse por medio de un análisis que se realiza en la página oficial en la que se transmitirá este producto. Ya que se debe contar con la percepción de la mayor frecuencia de uso para parte de los seguidores de la página de Facebook de Actual FM,

para determinar la viabilidad de la transmisión para esas horas. Esto con el fin de acaparar la mayor cantidad de gente que esté en conexión.

Para cada una de las ediciones que se pretenden presentar, será necesario el seguimiento de un guion establecido para la dirección del programa, por parte del controlista o encargado de introducir el contenido multimedio, para la correcta ejecución y manejo del contenido que se vaya a ofrecer dentro de estas transmisiones.

Por último, es necesario que, dentro de la ejecución del contenido y publicaciones de material audiovisual, se considere el aspecto de la incorporación de la publicidad como otro elemento válido para el producto diferenciado. Ya que este podría generar mayor probabilidad de ingresos para el noticiero, siendo una plataforma distinta que va dirigida a otro público en específico, donde, además, toda la información es totalmente visible para la audiencia.

## REFERENCIAS

Acosta, C. (2018). Medios Digitales: herramientas útiles para el crecimiento de las empresas. Recuperado de <http://www.entreperiodistas.com/medios-digitales-herramientas-utiles/>

Alvarado, D. (2017). Análisis de la apuesta de Noticias Columbia a las nuevas tecnologías de la información el Facebook y sitio web para captar la atención de los millennials durante el III cuatrimestre del 2017. Tesina. Universidad Internacional de las Américas, Costa Rica. [Versión PDF] Recuperado de: <http://biblioteca.uia.ac.cr/cgi-bin/koha/opac-main.pl>

Aguado, J. (2004). Introducción a las teorías de la información y la comunicación. Universidad de Murcia. Versión PDF. Recuperado de: <http://uprid2.up.ac.pa:8080/xmlui/handle/123456789/1838>

Alcántara, R. (2011). La comunicación como herramienta clave del community manager. Justificación de su presencia en las facultades de Comunicación. *Vivat academia*, (117), 1405-1416 Versión PDF. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/5257/525752959093.pdf>

Apablaza, A. Codina, L. (2018). Social Media Live Streaming: estudio de caso y diseño de matriz de análisis. *Cuadernos. Info.* n°.43, pp. 161-180. Recuperado de: [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2018000200161&script=sci\\_arttext](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2018000200161&script=sci_arttext)

Arango-Forero, G. (2013). Comunicación digital: una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo. *Palabra clave*, 16(3), pp. 673-697. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/649/64930924002.pdf>

Angulo, H. (2016). Periodismo multimedia: el diseño multimedial en el periodismo digital boliviano. *Punto Cero*, 21(32), 51-75. Recuperado de: <http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v21n32/v21n32a04.pdf>

Aguayo, V. (2015). EL PODCAST COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Publicaciones y Divulgación Científica. Universidad de Málaga. Recuperado de: [https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/10062/TD\\_Aguayo\\_Lopez.pdf?sequence=1](https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/10062/TD_Aguayo_Lopez.pdf?sequence=1)

Barrantes, R. (2006). Un camino al conocimiento. [Versión PDF] Recuperado de: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Libro\\_Investigacion\\_camino\\_conocimiento\\_Barrantes.pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Libro_Investigacion_camino_conocimiento_Barrantes.pdf)

Berlanga, I. (2009). Metalenguaje Interactivo: Herramientas en la red para los nativos digitales, N°15, pp. 274-288. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/5525/552556587024.pdf>

Cáceres López, M. A. (2021). La comunicación y el modelo de Lasswel, análisis de la vigencia de la aguja hipodérmica en tiempos actuales. Tesis de Licenciatura. Recuperado de: <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/19923>

Castro, M. (2016). Preparación profesional en periodismo digital en la Universidad Internacional de las Américas. Tesina. Universidad Internacional de las Américas. [Versión PDF] Recuperado de: <http://biblioteca.uia.ac.cr/cgi-bin/koha/opac-main.pl>

Castro, M. (2010). ¿Qué son y para qué sirven las redes sociales? Recuperado de: <https://infoaleph.wordpress.com/2010/04/14/%C2%BFque-son-y-para-que-sirven-las-redes-sociales/>

Castillo, J. (2013). *Community Manager. En busca del ADN de Social Media* (Doctoral dissertation, Universidad de Belgrano. Facultad de Arquitectura y Urbanismo. Licenciatura en Publicidad). Recuperado de: <http://190.221.29.250/handle/123456789/5070>

Campos, F., Rúas, J., López, X., & Martínez, V. A. (2016). Impacto de las redes sociales en el periodismo. *El profesional de la información (EPI)*, 25(3), pp.449-457. Recuperado de: <http://profesionaldelainformacion.com/contenidos/2016/may/15.html>

Canavilhas, J. (2015). “Nuevos medios, nuevo ecosistema”. *El profesional de la información*, 24(4). pp. 357-362. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2015.jul.01>

Conrado, M. Tejada, J. (2016). Redes Sociales. *Artículos de Investigación Operativa*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2963248>

De Rosa, D. (2009). *Estudio de la segmentación por culturas en radio FM de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires* (Tesis Doctoral). Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales. Versión PDF. Recuperado de: [http://dspace.uces.edu.ar:8180/jspui/bitstream/123456789/5653/1/Estudio\\_De%20Rosa.pdf](http://dspace.uces.edu.ar:8180/jspui/bitstream/123456789/5653/1/Estudio_De%20Rosa.pdf)

Domínguez, E. (2012). Medios de comunicación masiva. Red Tercer Minelio S.C. Recuperado de [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Medios\\_de\\_comunicacion\\_masiva.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Medios_de_comunicacion_masiva.pdf)

Díaz, J. (2013). Análisis de la calidad de las páginas web de las principales cadenas de radio temáticas españolas. [Versión PDF] Recuperado de: <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/700>

Eiroa, M. (2014): Historia y periodismo: interrelaciones entre disciplinas. Historia y Comunicación Social. Universidad Carlos III de Madrid. Vol. 19. pp. 253-264. Versión PDF. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4738965>

Estebanell, M. (2002). Interactividad e interacción. Departamento de Pedagogía. Universidad de Girona. Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa. España. 1(1). pp. 24-32. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1252603>

Ferri, P. (s.f.). Manual de introducción a las comunidades virtuales. Recuperado de [http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/9741/1/Manual\\_de\\_Introduccion\\_a\\_las\\_Comunidades\\_Virtuales.pdf](http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/9741/1/Manual_de_Introduccion_a_las_Comunidades_Virtuales.pdf)

Fondevila, J. Segura, H. (2012). "La hipertextualidad en el periodismo digital en Colombia". *Hipertext.net*. 10. Recuperado de: <http://www.upf.edu/hipertextnet/numero-10/hipertextualidad-periodismo-digital-colombia.html>

García, C. (2005). Internet, Comunicación y Formación de comunicaciones multimediatícos. ITESM-CEM. Recuperado de: <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:19415/n03garciaher05.pdf>

García A, Montoya, P. (2006). Periodismo digital y periodismo ciudadano. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de: <https://idus.us.es/handle/11441/99411>

Gil, Y; Fontenla, J. (2016). El lenguaje: interacción del periodismo y la comunicación. ¿Es posible un nuevo contexto? De los medios y la comunicación de las organizaciones a las redes de valor. (pp. 36-51). XESCOM. Red Internacional de Investigación de Gestión de la Comunicación.

Recuperado de:

[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53509879/El\\_lenguaje\\_interaccion\\_del\\_periodismo\\_y\\_la\\_comunicacion.pdf?1497463335=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEl\\_lenguaje\\_interaccion\\_del\\_periodismo\\_y.pdf&Expires=1622613463&Signature=cQ7Upgg4ldzXWBFzI9oz8~o5r2oTpggarEpF0LHq~CffF-bfFsTqKDNNXYGCZ-rCp3qlN2o6cbedeO9VgA09z~FAwGFxP2ftVmm82vjG-ywDnLHOrAwa0eBnAza-iDYrw~jO6dfOuXmA2jphfp4zFwGAKcgkGnVgE9mIbAw8zYyjr8-bd33AKOHLKhlKAXtX1QiWZyMXnpfYzp0QAmp-zWQHLjwZjqsby~RRVWBRsS-7VuPDmUX1yXZx5uuSnhL479~VERbsQVtEQvpXPV99TvenxsZLc9h4kvL5iDM279hYo5YwXzFUbcj5jFmRrHK7DOryalfZGw~vsyJ-q5f0w &Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53509879/El_lenguaje_interaccion_del_periodismo_y_la_comunicacion.pdf?1497463335=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEl_lenguaje_interaccion_del_periodismo_y.pdf&Expires=1622613463&Signature=cQ7Upgg4ldzXWBFzI9oz8~o5r2oTpggarEpF0LHq~CffF-bfFsTqKDNNXYGCZ-rCp3qlN2o6cbedeO9VgA09z~FAwGFxP2ftVmm82vjG-ywDnLHOrAwa0eBnAza-iDYrw~jO6dfOuXmA2jphfp4zFwGAKcgkGnVgE9mIbAw8zYyjr8-bd33AKOHLKhlKAXtX1QiWZyMXnpfYzp0QAmp-zWQHLjwZjqsby~RRVWBRsS-7VuPDmUX1yXZx5uuSnhL479~VERbsQVtEQvpXPV99TvenxsZLc9h4kvL5iDM279hYo5YwXzFUbcj5jFmRrHK7DOryalfZGw~vsyJ-q5f0w &Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

Golovina, N. (2014). La comunicación masiva y el comportamiento del consumidor. *Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas*, 10(28),190-198. ISSN: 1856-1594. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70930408011>

González Rojas, I. (2006). La hipertextualidad desde el lector La hipertextualidad desde el lector. *Revista Comunicación. Colombia.* (25). p. 35–37. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2199366>

Gurevich, A. (2016). EL TIEMPO TODO EN FACEBOOK. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, (69). pp.217-238. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495952431008>

Herrero de la Fuente, M. García, A. (2019). Facebook live y la televisión social: el uso del streaming en Antena 3 y la Sexta. *Vivat Academia. Revista de Comunicación.* Recuperado de <http://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/1108>

Hernández, R., Fernández, C., Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación.* México. Editorial Mac Graw-Hill.

Hernández, A. Küster, I. (2013) De la Web 2.0 a la Web 3.0: antecedentes y consecuencias de la actitud e intención de uso de las redes sociales en la web semántica. *Universidad Business Review.* (37). pp. 104-119. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4188026>

Hernández, R., Fernández, C., Baptista, M. (2010). Metodología de la investigación. México. Editorial Mac Graw-Hill.

Jódar, J. (2010). LA ERA DIGITAL: NUEVOS MEDIOS, NUEVOS USUARIOS, Y NUEVOS PROFESIONALES. Razón y Palabra, (71). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199514914045>

López, X. Toural, C. Pereira, X. (2015). LAS REDES SOCIALES COMO CANAL DE GESTIÓN DE LA INTERACTIVIDAD EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. Repensar los valores clásicos del periodismo: el desafío de una profesión enredada: actas de las comunicaciones presentadas en el congreso: (XXI Congreso Internacional de la Sociedad Española de Periodística). pp. 559-571. Recuperado de: <https://www.periodistica.es/sep2016r/images/pdf/Actas%20XXI%20Congreso%20SEP%202015.pdf>

Martínez, F. (2013). Los nuevos medios y el periodismo de medios sociales: **Análisis y aplicación de las redes sociales en los medios digitales españoles.** Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=39369>

Martínez, F. (2010). La teoría de los usos y gratificaciones aplicada a las redes sociales. In *II Congreso Internacional Comunicación* (Vol. 3). pp. 461-476. Versión PDF. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/profile/Ana-Serrano-Telleria/publication/260592820\\_DEL\\_DISENO\\_GRAFICO\\_Y\\_AUDIOVISUAL\\_AL\\_DISENO\\_DE\\_INTERACCION\\_UN\\_ESTUDIO SOBRE LOS NODOS INICIALES EN CIBERMEDIOS/links/02e7e531a5dbbd0d88000000/DEL-DISENO-GRAFICO-Y-AUDIOVISUAL-AL-DISENO-DE-INTERACCION-UN-ESTUDIO-SOBRE-LOS-NODOS-INICIALES-EN-CIBERMEDIOS.pdf#page=462](https://www.researchgate.net/profile/Ana-Serrano-Telleria/publication/260592820_DEL_DISENO_GRAFICO_Y_AUDIOVISUAL_AL_DISENO_DE_INTERACCION_UN_ESTUDIO SOBRE LOS NODOS INICIALES EN CIBERMEDIOS/links/02e7e531a5dbbd0d88000000/DEL-DISENO-GRAFICO-Y-AUDIOVISUAL-AL-DISENO-DE-INTERACCION-UN-ESTUDIO-SOBRE-LOS-NODOS-INICIALES-EN-CIBERMEDIOS.pdf#page=462)

Martínez, L. (2009). La producción radiofónica deportiva en Costa Rica, tras la aparición de Internet. Tesina. Universidad Internacional de la Américas. [Versión PDF] Recuperado de: <http://biblioteca.uia.ac.cr/cgi-bin/koha/opac-main.pl>

Marrero, L. (2008). El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual. Acercamiento a sus rasgos formales y de contenido. *Revista Latina de Comunicación Social*, 11(63). pp. 348-367 Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81912006029>

Meléndez, E. (2016). Análisis sobre el aprovechamiento de la radiodifusión en costa rica, durante el primer cuatrimestre 2016. Tesina. Universidad Internacional de la Américas. [Versión PDF] Recuperado de: <http://biblioteca.uia.ac.cr/cgi-bin/koha/opac-main.pl>

Mena, A. (2016). TIC y Medios de Comunicación. Capítulo 8. Hacia la Sociedad de la Información y el Conocimiento. [Versión PDF] Recuperado de: <http://kerwa.ucr.ac.cr/>

Ramos, A. (2015). "Radio hertziana vs. radio en Internet: Un análisis comparativo." Opción, 31, (4). pp.758-774. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31045569045>

Ramírez, V. (2020). Qué es el target: cómo definirlo en 4 sencillos pasos. Marketing Ecommerce. Recuperado de: <https://marketing4ecommerce.net/que-es-el-target/>

Ramos del Cano, F. (2016). Radio y redes sociales. Nuevas competencias y estrategias de interacción entre la audiencia y el periodismo radiofónico. Tesis doctoral. Universidad Jaume. [Versión PDF] Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10803/392144>

Ramírez, V. (2016). Qué es el target: cómo definirlo en 4 sencillos pasos. Recuperado de: <https://marketing4ecommerce.net/que-es-el-target/>

Ricci, S. Tolosa, G. H. (2013). Efecto de los trending topics en el Volumen de Consultas a los Motores de Búsqueda. In *XVIII Congreso Argentino de Ciencias de la Computación*. Versión PDF. Recuperado de: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/31286>

Rodríguez, R. (2004). Teoría de la Agenda-Setting: aplicación a la enseñanza universitaria. Alicante: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales. Versión PDF. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10045/2297>

Rodríguez, V. (2014). Tecnología de la información y comunicación aplicada al nivel superior. Universidad tecnológica Oteima. Panamá. Recuperado de: [https://en.calameo.com/books/00634601470f19adb202e#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Carlos%20Cordero%20\(2014\)%2C,ayudan%20y%20facilitan%20muchos%20quehaceres.&text=Sirven%20de%20alfabetizaci%C3%B3n%20de%20los%20procesos%20tecnol%C3%B3gicos](https://en.calameo.com/books/00634601470f19adb202e#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Carlos%20Cordero%20(2014)%2C,ayudan%20y%20facilitan%20muchos%20quehaceres.&text=Sirven%20de%20alfabetizaci%C3%B3n%20de%20los%20procesos%20tecnol%C3%B3gicos)

Sánchez, D. A. S. (2007). El periodismo digital. Una nueva etapa del periodismo moderno. *Revista Lasallista de Investigación*, 4(1), 67-73. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5745894>

Segado, F. Díaz, J. & Soria, M. (2015). La viralidad de las noticias en Facebook: Factores determinantes. *Telos*, (100), pp.153-161. Recuperado de: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01345518/>

Soengas, X. (2013). Retos de la radio en los escenarios de la convergencia digital. [Versión PDF] Recuperado de: <http://www.raco.cat/index.php/adComunica/article/view/301687/0>

Tovar, E. (2013). Cronología de la radiodifusión en Costa Rica. Recuperado de: [http://www.primera plana.or.cr/es/Hist%C3%B3rico/Cronologia de la radiofifusion de Costa Rica/](http://www.primera plana.or.cr/es/Hist%C3%B3rico/Cronologia_de_la_radiofifusion_de_Costa_Rica/)

Vico, E. A. (2011). La Teoría de la Información ante las nuevas tecnologías de la comunicación. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 16, 83-93. Versión PDF. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/935/93521629005.pdf>

Watzlawick, P. Bavelas, J., & Jackson, D. (2011). *Teoría de la comunicación humana: interacciones, patologías y paradojas*. Herder Editorial. Recuperado de: [http://files.felixruizrivera.webnode.mx/200000138-8395d858a0/Modelos Comunicacin Humana.pdf](http://files.felixruizrivera.webnode.mx/200000138-8395d858a0/Modelos_Comunicacin_Humana.pdf)  
[https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as\\_sdt=0%2C5&q=teorias+de+la+comunicaci%C3%B3n&btnG=](https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=teorias+de+la+comunicaci%C3%B3n&btnG=)

Zúñiga, E. (2016). Un acercamiento a la radio costarricense: perfiles, rutinas de trabajo y herramientas tecnológicas en el periodismo radiofónico de Radio Monumental y ADN Radio. Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación Colectiva con énfasis en producción audiovisual, Universidad de Costa Rica. Facultad de Ciencias Sociales. Costa Rica. Recuperado de: <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/bitstream/123456789/6501/1/39717.pdf>

## ANEXOS

### Anexo 1

#### Encuesta:

1. ¿Cuál es su grupo de edad?

17 o menos.

18 a 29 años

30 a 40 años

41 años o más

2. ¿Por qué medio se informa más usted?

Periódico

Radio

Televisión

Redes Sociales o internet

3. ¿Cuánto tiempo le dedica usted a las redes sociales?

1 hora o menos

Entre 2 a 3 horas

Entre 4 a 5 horas

Más de 6 horas

4. En una escala del 1 al 5, donde 1 es bajo y 5 alto. ¿Qué tan frecuente ve los Facebook Live de Radio Actual o Noticias Actual?

1

2

3

4

5

5. ¿Cómo considera el contenido de Noticias Actual transmitido a través de Facebook Live?
- a. Malo
  - b. Bueno
  - c. Muy buen

6. En una escala del 1 al 5, donde 1 es bajo y 5 alto. A nivel visual ¿qué tan atractivos ve los Facebook Live de Noticias Actual?

1

2

3

4

5

7. Dejando su comentario ¿Qué considera usted que debe tener un Facebook Live para ser atractivo?

## Anexo 2

### Entrevistas

- **Berny Vázquez, director de Noticias Actual**

#### **¿Cómo se formó Noticias Actual?**

El proyecto inició en enero del 2017, con la idea de hacer micro noticias en Radio Actual. Sin embargo, el periodista Gonzalo Corea quedó cesado de Radio Columbia y seguidamente tuvo contacto con la gerencia de Radio Actual y le pidieron coordinar con mi persona y en cuestión de un fin de semana tiramos la estructura. Nos reunimos con Uriel Dávila, que es el otro gran eje del noticiero, y así hemos trabajado todos estos años.

Conseguimos locutores amigos que nos ayudaron casi que ad honorem. Primero iniciamos con dos ediciones durante el día, primero de 6:00am a 6:55 am, y después de 4:00pm a 4:30pm. Más los informativos cada hora. Luego, en el 2019, hubo que acomodarnos porque es una relación con la empresa que nosotros tenemos que pagar; tuvimos que eliminar la segunda edición de las cuatro y seguir con el de la mañana más micro informativos.

La decisión fue falta de recursos para pagar el monto total de las dos ediciones malos micros Entonces nos bajaron el costo y tuvimos que suprimir una decisión importante.

Si usted me pregunta si nos considera competitivos yo puedo decirle a usted que no, esa es la realidad. Creo que no estamos siendo competitivos por razones de recursos y quién no se escucha es por nuestro estilo, que es más tradicional con alguna innovación porque, eso sí, procuramos ser fiel a lo que hemos aprendido por años.

El último año transcurrido (2020) nos la jugamos solo Uriel porque Gonzalo tuvo un accidente automovilístico y se está recuperando.

#### **¿De qué se diferencia Noticias Actual a los otros radios noticiarios?**

Nosotros procuramos coincidir con todo aquel noticiero que genere productos informativos verdaderos. Lo que quiero decir es que el material que sacamos sea cierto. Hasta los medios más fuertes se confían con un boletín, y puede que ahí venga un error. Nosotros cuidamos el vocabulario porque respetamos a las personas que lo oyen, no somos como esas emisoras que han

surgido ahora con contenido “chabacanos”, ordinarios y hasta vulgares. Tenemos formación universitaria, creo que eso debe ser valores que como supervisor de lo que ocurre y formador de la opinión pública tenemos que cuidar eso.

Tratamos de que sea verás la información, si ese boletín viene errado y nos damos cuenta, acudimos a rectificar y aclarar. Lo que vendemos es el conocimiento de nosotros, el valor agregado de cada uno. Tal vez eso es lo que se diferencia, que hemos vivido, hemos sudado la cobertura; en lo personal. Mezclando todo eso, a uno se le quita el miedo de entrarle a cualquier información.

### **¿Cuál es contenido noticioso con mayor fuerza o alcance en Noticias Actual?**

Lo que más nos damos cavidad, es un asunto que nos obliga. Nosotros decimos que hemos tratado de cumplir el servicio informativo respondiendo la Agenda. La agenda es un fenómeno interesantísimo, es lo que ocurre en un país, y si de manera fortuita por una situación de la naturaleza, o porque había un planeamiento de un escándalo tipo “Cementazo”. La agenda cae por si sola, eso le damos más contenido, al tema de agenda.

Ahora, ¿cuál es el tema de agenda en los últimos 15 meses? No es ni la pandemia, sino la situación fiscal, financiera, económica. No ha habido resumen donde no salga una nota de eso. A nuestra audiencia le interesa saber cómo está la cosa.

### **¿Cómo es la preparación del contenido periodístico para una edición de Noticias Actual?**

Nosotros tenemos una costumbre que es primero que todo desde buena madrugada ver cuáles son las condiciones del tiempo ya sabemos la frente que hay que acudir luego hacer un repaso internacional hacemos un repaso por los medios internacionales. La preparación se va haciendo mediante la revisión de a nivel internacional. La preparación se va haciendo mediante la revisión a nivel internacional ahora no es que estamos revisando en la madrugada para tirar a las 6 de la mañana no desde el día anterior estamos preparando el contenido. Quien diga que el noticiero es tan fresco como el pan está mintiendo.

Ya tipo cinco de la tarde a siete de la noche estamos cerrando la edición de todas las notas que está ocurriendo en el día, y todavía lo que ocurre a las 10 de la noche se puede ingresar un par de notas en la mañana siguiente el material que podría llegar podría ser de un incendio o algo que sea lo más fresco posible.

Yo pienso que la radio y la tele y los medios escritos no llevan esa noticia de última hora porque es casi imposible quién te puede traer todas las noticias que ocurrieron hace una hora. Cuando en este momento en algún lugar puede estar ocurriendo una noticia.

### **¿Con cuánto personal cuenta Noticias Actual?**

Somos tres en la preparación de las ediciones. Lo que lo que hacemos es que nos turnamos, un día Gonzalo otro día yo.

Tanto como para uno como para otro tenemos el soporte digital que es Uriel. Él está en su oficina preparando todos los audios y cambios, él es el de la parte tecnológica. Como nuestro noticiero es tradicional tenemos dos locutores viejos, buenos, con buena voz, y ellos son los que le dan la imagen sónica diaria. Somos 6 en realidad. Tenemos otra muchacha Mónica que nos ayuda con los micro informativos y noticias de última hora.

### **¿Cuánto horas trabaja el personal?**

La verdad uno pasa conectado todo el día. Desde las 4 de la mañana empiezo y terminé 8 o 8:30 de la noche todas esas horas son de estar en disponibilidad, pero a veces uno está tomando un café y hay que estar atento.

### **¿Del total del personal ¿cuántas están dedicadas a las redes sociales?**

Sobre todo, Uriel Dávila. Mónica a veces nos ayuda un poco en redes sociales, pero fundamentalmente Uriel.

### **¿Qué tan importante ha sido para Noticias Actual estar en redes sociales?**

Tan importante como que hay que hacerlo, es decir, ya uno no puede rehusar. Si es a nivel de venta publicitaria, vas a un potencial cliente y te dice que, si están en las redes y si no están, estaríamos mal, además, cuando digo redes sociales para efectos de noticiero nosotros tenemos nuestra página de Noticias Actual. Una página web cuesta, aún no lo tenemos tiene un costo. Las redes sociales lo vemos como un elemento más, que no es imprescindible.

### **¿Cómo considera la posición de Noticias Actual en redes sociales?**

Muy baja, inclusive estuvimos pensando en pagar un poco para abrir el espectro y lo hemos probado pagando, pero no le vi un efecto significativo. Creo que la mejor forma es generando un trabajo tres veces más intenso que por razones de personal no podemos.

**Como director de Noticias Actual, ¿qué debilidades podría determinar en la actualidad del noticiario?**

La falta de presencia en la fuente de información y lo digo abiertamente porque nos ocurre a nosotros Porque tenemos recursos escuálidos, pero le está ocurriendo a las demás emisoras ya casi ni van a la Fuente a mí me parece que aquella frase de yo estuve ahí es un sello de garantía de seguridad de lo que estás diciendo es lo que ocurrió.

Y las redes sociales también es otro aspecto que debemos reforzar.

La venta de lo que más se le atraviesa uno como dificultad para seguir con el proyecto adelante.

**Una vez iniciada la pandemia ¿cómo les afectó? y ¿cuáles fueron los principales cambios?**

En marzo seis del 2020, iniciada la pandemia, en cuestión de horas hubo que negociar con la emisora porque se veía venir una cuenta altísima, porque nosotros pagamos ahí, entonces decidimos quedarnos solo con los micro informativos. Ahora, además, tenemos un resumen semanal los domingos con las noticias más relevantes.

Otro cambio fue que nos fuimos acomodando. Inclusive el temor diario que hasta el día de hoy persiste es que somos muy pocos, ¿y si nos da covid-19 quién nos sustituye? Hasta el día de hoy vamos bien.

En realidad, nuestro trabajo, desde antes de la pandemia, siempre ha sido de teletrabajo. Las ediciones ahora nosotros láser ahogamos desde nuestras oficinas que están en nuestras casas íbamos a la radio para llevarle el material a los locutores ahora como estamos con micros el locutor ahora es uno mismo lo que sí estamos reactivando es la presencialidad. Ese es mi criterio, uno debe estar ahí.

- Uriel Dávila, productor de Noticias Actual

### **¿Cuáles son sus labores diarias en Noticias Actual?**

En la radio trabajo en la continuidad de la pauta saber que este anuncio comercial pasó un día yo otro día etcétera, por ejemplo, en este momento tenemos pauta del INA, pero por semana cambia la cuña. Entonces tenemos que ser garantes que la cantidad de cuñas por semana que se ofreció se cumpla realmente estar monitoreando la radio que si no salió en micro de las 11 de la mañana por ejemplo con esa cuña hay que repetirlo o poner la doble en el próximo informativo tengo que hacer grabaciones de los micros informativos es decir tener la radio a mi lado y grabarla para realizar la evidencia de Pauta muchas veces las instituciones del estado le piden esa evidencia.

Además, hago llamadas a diferentes clientes, por ejemplo, he estado negociando con una audióloga.

### **¿Cómo se financia un noticiario independiente como Noticias Actual?**

En el 2018 cuando arrancamos ese año nos fue muy bien porque él y no nos patrocinó no dio Pauta para 8 meses y para hoy y en esos ocho meses pagamos la radio y vamos muy bien Hasta que comenzó venir la contracción que comenzó en el 2019 ya que el país venía con un bache que había quedado en la administración de Luis Guillermo Solís y eso fue poco a poco afectando la economía y no sólo lo veíamos en las pautas comerciales del gobierno, sino que también en el sector privado comenzamos a ver esa afectación

Ya estamos muy cerca de alcanzar el monto mensual pero no así el retorno de lo que se cobra muchas veces ponemos una factura al cobro y esa factura va en 45 días inclusive hay una cláusula en algunas entidades que la factura puede pasar hasta 90 días entonces aprovechamos este año electoral En octubre no hay Pauta comercial hasta mayo del próximo año, o sea en octubre del 2021 cierran todas las instituciones no hay Pauta comercial hasta mayo del 2022 pero la van dando como en junio Julio Entonces es bastante tiempo lo que hay que prepararse, entonces todo este tiempo lo que tenemos que hacer principalmente es obtener bastante Pauta comercial para ir guardando los meses no hay Pauta no saben que las entidades tienen que gastar un presupuesto de Pauta comercial por decreto tienen que liberar ese dinero Y en el 2020 la pandemia hizo que toda esa plata está atrapada entonces de aquí octubre si esa plata no se libera no sé cómo van a hacer por eso la intención La idea es aprovechar este año para guardar los próximos meses si hay

presupuesto y músculo económico suficiente La idea es entrar con las transmisiones para qué porque eso ya nos puede hacer competir y ofrecerle a empresa privada que vea lo que estamos haciendo Y pautar en Facebook y que ser directamente en ese medio

Nosotros antes de la pandemia inclusive enero febrero y marzo que todavía no se había presentado el primer caso incluso desde el año anterior venimos trabajando fuerte con las conferencias de prensa y cuando en una institución se va apretando estrechando la elección de ofertas y llega a Sólo dos ofertas y ve que uno no ha llegado a las conferencias de prensa pero otro Sí entonces van a decir démosela a este que fue a las conferencias de prensa entonces la conferencia de prensa Por supuesto que uno tiene que llegar con la intención de obtener el material y difundirlo pero también tiene un segunda intención de decir aquí estoy presente vamos a sacar esta nota Sea bueno sea mala pero aquí estamos.

### **¿Con qué equipo de producción cuenta Noticias Actual?**

Trabajamos con una nube en la plataforma de Dropbox. Dónde está vinculada Berny, cabina central y mi persona. Cada uno de nosotros tiene un mixer, un micrófono y nos comunicamos por internet. Podemos entrar en vivo únicamente hacemos la llamada y nos conectamos enlazamos directamente a la cabina.

### **¿Cuál es la apuesta de Noticias Actual para la transición a un espacio digital?**

Yo he asesorado a muchos colegas para que monte en su propio set de transmisión virtual nosotros no lo hemos podido realizar porque tenemos un principio el cual que no queremos que una persona esté colaborando sin obtener alguna recompensa económica, porque así hasta se trabaja mejor

Por supuesto que también hacer los micros informativos digitales, aunque sea diferente al que salga al aire en la radio, si acontece alguna eventualidad están transmitiendo en vivo en directo hacer una entrevista a fondo hacerla en un set.

El problema de todo esto es que sólo dos personas no alcanzan. Definitivamente, usted tiene que delegar redes sociales a una persona ventas a otra persona prospectar a otra persona y hasta las finanzas también.

Queremos hacer publirreportajes porque tenemos los recursos para hacerlo en la parte de edición, pero ocupamos más tiempo.

**Con este poco de personas, ¿cuenta Noticias Actual con algún tipo de preparación para las transmisiones en vivo?**

De Facebook Live únicamente hicimos muy poca porque estábamos empezando a ser las transmisiones con nuestro propio equipo, 1 una cámara con trípode nos estábamos integrando a las conferencias de prensa lo manejamos directamente o sea no evitamos material simplemente estábamos preparados cuando venía alguna conferencia preparábamos un texto un titular y vamos en directo y tratábamos de mejorar el sonido tenemos equipo para transmitir, pero está guardado no lo hemos podido explotar por la pandemia

Muchas veces tenemos videos que no hemos puesto porque está con la mejor calidad mejor imagen o mejor sonido. Lo tenemos como referenciado por si alguien dice que no dijo eso le decimos aquí tenemos este material Sólo que no cumple con las condiciones nos parece que la que ahora la gente es muy exigente saben que es 4k, HD, saben cuándo es un pésimo vídeo o pésimos sonidos.

**¿Considera usted que la digitalización de Noticias Actual sería un financiamiento más para el proyecto?**

Por supuesto que sí. Es un complemento importantísimo si hoy usted no está en redes no está

**Una vez iniciada la pandemia ¿Cómo le afectó a usted? y ¿Cuáles fueron los principales cambios?**

Antes en el espacio de una hora nosotros damos mucha referencia al Facebook Live que salía durante toda la hora Entonces teníamos un poquito más de exposición de marca en ese aspecto al quitarse la edición de 6 a 7 nos quedamos con los micros, pero los micros no salen en Facebook Live y el espacio dominical tampoco sale en Facebook Lite Por qué es grabado entonces perdimos esa apuesta para el público porque antes nada más la compartí vamos con el público.

Desarrollo de la pandemia y posiblemente después se vende de una manera diferente se requiere más tiempo, que es ganarse la confianza de la posible persona, ayudarle a esa persona. En

estos momentos lo más importante son las alianzas comerciales, por ejemplo, esta doctora audióloga que ya había entrado una vez le hicimos un seguimiento durante la pandemia sin ningún interés hicimos hasta regalías y ahora volvió otra vez. Entonces ese tipo de acompañamiento y asesoramiento que hay que se tiene que dar a un cliente es lo que estamos haciendo y eso requiere muchísimo tiempo.

Con la caída de las conferencias de prensa y otras estrategias veníamos trabajando muy bien ya teníamos un presupuesto del INS que nos iba a cubrir casi 8 o 9 meses entonces ese presupuesto ya no sólo nos iba a dejar el pago de la radio, sino que también íbamos a obtener ganancia. teníamos otro presupuesto complementario que estaba casi aprobado del ICT Y ese sí nos dolió muchísimo ya estaba aprobado y y teníamos un una Pauta comercial de la caja costarricense del seguro social y teníamos un presupuesto del INA. O sea, teníamos un año que vamos a florecer.

No solamente ya habíamos hecho una distribución de posibles personas que nos podían participar con nosotros para que nos metiera en el hombro en las redes sociales, sino que ya teníamos cotizado varios equipos y convenios con mucha gente cuando se vino el primer caso de covid-19 todo se derrumbó. Como 15 días después vino comenzamos a recibir llamadas de que la Pauta comercial estaba congelada Entonces eso fue muy difícil porque eso hizo que se nos aumentará en 4.000.000 de colones, casi el límite de deuda con la empresa con la radio y lo malo es que teníamos únicamente dos pautas comerciales que nos dieron prácticamente para pagar nada más. Fue un año donde principalmente por honramos la deuda si no hay necesidad de algún beneficio económico o alguna recompensa

**¿Cuál es la oferta de noticias actual de un anuncio mensual que se transmita por Facebook y la radio?**

De 500.000 colones.

- **Luis Diego Angulo, gerente de Radio Actual**

La historia; cómo se fundó, en qué año.

El grupo se formó en 1998 con la 800 AM, 960 AM, 106.7 FM y 107.1 FM en un inicio todas eran de corte musical Posteriormente se va de diversificando la programación en las AM al

punto de tener dos emisoras de opinión y de contenido y posteriormente una de las emisoras musicales que era la 107.1 FM pasa a asumir una de la programación de las a m convirtiéndose ya en una emisora de opinión y de contenido ya competitivo.

La primera idea de nosotros era poder llevar una opinión y contenido más objetivo de diferentes temas políticos deportivos y noticiosos. Básicamente, esa es nuestra Misión y llevarlo a lo más recónditos de nuestro país. enfocándonos en una red de repetidoras amplia duplicando el promedio de repetidores de cualquier otra emisora. Y teniendo una visión de llevarlo cada vez más y penetrando cada vez más con contenidos que tal vez son más invisibilizados en otros medios o tal vez no son tan atractivos y dándole oportunidad a ciertos grupos de producción de realizar dichos programas.

Eso es básicamente radio actual una emisora que nace para llenar un vacío de emisoras con contenido las demás ya eran muy comerciales y prácticamente 100% enfocadas a deportes.

### **¿De qué se distingue Radio Actual a otras radios del mismo corte en el país?**

Sí usted ve en emisoras muy grandes en este campo como Columbia y Monumental que incluso la gente en la calle no las conoce como tales sino como deportivas Columbia y deportes Monumental porque pasan prácticamente su 80% de su producción a deportes radio actual tiene su parte deportiva pero también tiene una parte de contenidos diversos.

### **¿Cómo describe al Radio Actual y el grupo de emisoras perteneciente?**

En este momento radio actual Sin temor a equivocarme es la radio con más programas de producción de programas en vivo tiene programas de producción en vivo desde las 4 de la mañana hasta la una de la mañana Es decir es muy poca las horas que están ociosas cada productor se encarga de realizar su espacio a excepción de los espacios deportivos que pertenecen propiamente a la radio.

En esos tiempos de pandemia el reto más grande del sur y Vivir la radio no es diferente a una empresa constructora o un restaurante todos hemos sido golpeados Exactamente igual en este momento Nuestro objetivo es seguir brindando nuestro servicio que hemos hecho lo mejor posible con eficiencia máxima y apoyando en redes sociales.

### **¿Cuánto personal labora actualmente para el Radio Actual?**

Sin contar los productores son 15 personas, con los productores estamos hablando de unas 45 personas.

### **¿Cuánto personal trabaja dedicado a las redes sociales?**

Las redes sociales al ser algo nuevo cada productor en un inicio se trató de enfocar individualmente ahora estamos tratando de enfocar lo todo como radio porque se estaban diluyendo esfuerzos y cada programa tenía o tiene aún sus propias redes sociales dividiendo el mundo de lo que puede ser la radio como tal estamos trabajando en unificar eso.

Todos los programas no sólo salen para radio sino que pasan ser audiovisuales aprovechando las redes sociales todos los programas de la radio son audiovisuales todos están en Facebook y se ha ido metiendo un poquito de recursos en esa parte en cuanto a la estructura de personal que vaya hacer esas redes sociales es uno de los retos que tenemos para este año estaba para el 2020 sin embargo los efectos de la economía dio un revés que venía antes de la pandemia pero la pandemia lo intensificó la idea era tener un departamento de redes sociales que cubriera eso 24 horas al día y no fuera tan individualista o que no saliera sólo desde la cabina sino que hubiera otro objetivo.

La idea es que haya cierto tipo de producciones exclusivas para redes sociales.

### **¿Cuáles son las necesidades de la radio actualmente?**

Las redes sociales y la cobertura nacional.

### **¿Qué tan fuerte o dedicada es la apuesta a las redes sociales de parte de Radio Actual?**

Digamos que estaba como una tercera opción puesto que las dos otras opciones son de muchos muchísimos años Cómo es Columbia y Monumental y Teletica radio que en un momento tuvo la edición de noticias en la mañana era simplemente la repetición de noticias de televisión Entonces digamos que esa no contaba sin embargo los noticieros de radio antojado con ciertas dificultades sobre todo financiera Hay noticieros muy grandes que han sucumbido y tienen menos estabilidad y menos presupuesto y menos personal y se pierde mucho la inmediatez que tenía la radio todo a causa de la situación económica mantener una redacción es bastante caro, pero si no contás con ese apoyo publicitario es muy muy difícil.

Hoy no sólo el radio noticiero sino lo de televisión están teniendo un proceso de cambio a raíz de las redes sociales ya que ahora tal vez te das cuenta de una noticia por una red social en un medio tradicional todavía la radio y la televisión tienen esa posibilidad de competir con esa inmediatez o analizar y pensar más a profundidad en una noticia.

**Según su criterio, ¿hacia dónde va la radio en Costa Rica?**

La radio está en una época de transformación aprovechando las redes sociales y prácticamente las radios que antes sólo se escuchaban se están transformando en un medio audiovisual ha tenido esa gran ventaja de que ya no sólo la oís sino que la podés conocer y saber quién está del otro lado cuando antes no y sólo la televisión te daba esa oportunidad deberes del proceso las radios han evolucionado no sólo en Costa Rica sino en el mundo a tener ciertos programas de elaboración en cabina donde vas a tener visualización de lo que se hace y del contenido y eso es una gran ventaja la convierte en un canal de televisión en miniatura con una exposición mucho más amplia de lo que tenía hace 10 años.

- **Alberto Hernández, cabinero y control de Facebook**

**¿Cómo es una transmisión de Facebook live en radio actual a nivel general?**

Usando el Vmix mi función prácticamente es ponerlo en redes sociales. ¿Cómo lo pongo en redes sociales? Tenemos una cuenta en Facebook que se llama Actual FM donde yo ingreso en la parte de en vivo coloco el nombre del programa y después un comentario copió la clave de streaming, y le doy estar para comenzar a transmitir.

**¿Cuál es su conocimiento o experiencia en transmisiones en vivo de Facebook?**

Yo no agarré cursos más que de locución. La cabina me la hizo la misma experiencia y el tiempo. Igualmente, con el Vmix, yo aprendí viendo y con el tiempo fui agarrando la idea al programa.

**¿Cuánto tiempo lleva como controlista de Facebook Live y radio?**

Desde hace 2 años estoy transmitiendo y haciendo cabina.

**¿Considera que hacer controles para radio y Facebook Live a la misma vez podría generarle confusión o tener una como prioridad?**

Es bonito. No todo controlista maneja todo. Es mucho, hay mucho controlista que le cuesta. Yo siempre he tenido mucho entendimiento En todo yo viendo, y ya hago, y al rato se me pega nada más viendo la radio tengo que poner atención más a la radio, a la cabina, a la consola principalmente. El Facebook sí hay que ponerle atención, pero ya me enfocó en la cabina de Radio Qué es el fuerte de aquí dónde sale el sonido a la transmisión de Facebook. El Facebook es como un Plus como para que la gente participe en línea, pero el fuerte de la radio de la cabina.

### **¿Qué tan regularmente utiliza material audiovisual en las transmisiones de Facebook Live?**

A veces los muchachos de noticias me pasaban algún tipo de material para reproducirlo imágenes videos. Todo lo que es el diseño de la pantalla en redes sociales sale por cuenta mía; el programa ya trae cintillos y materiales y yo me encargo de ponerlo. Es un trabajo que se realiza de vez en cuando.

- **Esteban Mora, Ingeniero en sistemas y estrategia digital Director de Web Mechanics**

### **¿Como considera la apuesta digital de Actual FM y su noticiero en Facebook?**

Lo que pasa es que aquí no hay algún producto ganador. no es el hecho de que el problema sea Facebook Live. Si vos te enfocás desde un punto de vista del lado del noticiero tengo la edición de noticias y debería irme yo extendiendo a otros medios utilizando la palabra multimedia. El problema es que ya se llegó a un punto en que eso no es novedad y no aporta muchísimo valor con el agravante de que llevar un programa de radio a Facebook Live no sirve porque la gente está esperando algo de interacción con video.

Tomar este noticiero con una escasez de presupuesto para convertirlos en un noticiero digital está difícil porque son únicamente tres personas más un cuarto para Facebook Live es apretar más el presupuesto y tienen que ir a competir con un montón de gente ante ese escenario. Mi conclusión sería retirarse porque no van a competir.

A Noticias Actual como periodistas hay que verlos como creadores de contenido lo que pasa es que pasar al mundo digital sería torcer el medio sería como montarlo en un esquema que podría asegurar que va a fallar. Para que vas a llegar a la radio mejor quédate con Facebook Live. Sin embargo, si vas a hacer algo tiene que ser suprimible en el tiempo, entonces Facebook Live les funciona a páginas con mucha audiencia porque te aseguras, que hay alrededor de 2000 y 3000

personas, como por ejemplo TD+. Entonces en este caso viendo la posición de Noticias Actual sería uno más del montón. ¿Qué es lo que yo haría en este caso? empiecen a crear otro producto y se quedan exclusivamente en plataformas digitales. Yo hay algo que me extraña de porque la gente no utiliza. Que es si vos podés crear contenido preparar logos en el ritmo Que a vos te dé la gana y después decís Aquí está el contenido radio publíquelo, pero es un contenido para crear una audiencia o sea un producto único.

### **¿Cuál es su criterio acerca de que un medio de comunicación tradicional realice trabajos para lo digital?**

Para mí ahorita no tiene mucho sentido que vos tengas un solo medio Por ejemplo puedes tener un podcast, pero también un blog., Ellos tienen que definir si son radio o son video porque la gente va a esperar dos cosas completamente diferentes. Si son radios tienen la ventaja de que puede moverse a otras plataformas entre la a temporalidad. La otra parte es que si son video tienen que ser más originales, es decir, ya no estás haciendo Radio, es una cosa totalmente diferente entonces tenés que estar a la altura del medio. Entonces, si yo tuviera que proponer algo para ese escenario tal cual lo haría en función del presupuesto.

Por ejemplo, las microcápsulas están muy bien porque te estás dando un medio, es decir cada cápsula de poner una pauta, aunque sea barata no es tanta la producción lo que pasa es que eso nomás entonces ahí tenés la gran ventaja que el resto de contenido de actual les va ayudar a generar fracción, Pero eso choca por completo con la idea del Facebook Live porque en Facebook Live vos vas a querer quedarte

Esto es una estructura complementaria Cuando vos hablás de multimedia estás hablando de audio y video yo no pienso esto como multimedial si no cómo si no hablo de trans medial, o sea, empiezo en un medio y terminó en otro. Por ejemplo, tenés Dancing with the Stars en Canal 7, el 'core' del producto está en el canal. Ese es el que paga, pero durante la semana ellos van haciendo complemento que salen en la parte digital entonces ahí estás manteniendo al público entretenido en toda una historia eso es algo que Noticias Actual podría hacer, pensar en algo trans medial donde la radio complemente al Facebook Live y viceversa.

### **¿Es Facebook el mejor medio para realizar transmisiones en vivo?**

La ventaja de Facebook es que en consumo estás más metido ahí, entonces digamos que va a ser más sencillo YouTube es más un buscador ahora podés mover lo sí Si podés no hay ningún problema con eso, pero en este momento tendrías que quedarte con YouTube Porque tienen un número de que genere un gancho para la audiencia seguidores nada despreciables.

Los números son importantes porque te refleja la cantidad de terreno sobre la cual vos podés trabajar y cuando digo terreno no estoy hablando del 100%, tenés por ejemplo 36000 seguidores a los cuales les puedes llegar la audiencia real posiblemente sea un 1% de esa parte obviamente entre más grande sea el terreno es de 1% será más grande.

Si vas a pensar a Facebook Live, tenés el problema de que la gente no está comprando Facebook Live, contenido noticioso tienen que ser páginas muy grandes como TD+ o canal 7, no lo puede hacer alguien pequeño como ellos. Hay que tomar esa variable en cuenta porque al final lo que se ocupa es hacer esto rentable y para que esto sea rentable tiene que ser atractivo para un comprador. Entonces en este caso, yo lo que haría es pensar en una estructura trans medial. En otras palabras, yo haría lo siguiente: un producto con una estructura Premium, es decir, lo usas hasta cierto punto y si querés más características tenés que pagar. La idea es que 1% de los clientes compense el 99% que están utilizando menos recursos. Entonces el Facebook Live sería un Magneto algo atractivo para que de alguna forma u otra los llevé hacia los productos que están en actual FM eso estrategia podría funcionar muy interesante cuál sería el problema de que los productos están fraccionados hora por hora Entonces lo mejor es pensar qué producto hacer de cada lado. Un copiar y pegar de uno y el otro es estar muerto, porque para empezar son audiencias diferentes.

### **Según su criterio, ¿cómo debe ser una correcta transmisión de Facebook Live?**

Eso depende mucho de la audiencia. Por ejemplo en un artículo de política que yo realice lo que yo hago es ponerme siempre en el lado de la persona nunca de lado de un partido político porque en el momento que yo me coloque del lado de un partido tengo una visión de Túnel sí me colocó al lado de la persona tengo una visión más amplia Entonces en este caso dependerá de la audiencia la audiencia que tenés en radio no es la misma que tenías en la red social entonces tenés que identificar Quién es la audiencia Y a partir de ahí empezar a construir si lo vas a hacer al revés tenés que hacer un MVP mínimo producto viable lo que se conoce como un prototipo algo que apenas funcione algo barato de prototipar y echar la pista. entonces hay que empezar a probar y

medir las reacciones en función de Su contenido. Y eso te va dando una idea de por donde sí Y por dónde no si no terminas de invertir hasta que tenés un conocimiento real de la gente.

Entonces, no puedo decir en este momento que es lo que tienen que hacer porque para ir y ver un Facebook Lite donde veo las mismas personas que escuchó en radio Mejor me voy a radio si es Facebook Live vos estás viendo algo audiovisual, Y estás esperando algo más histriónico algo más atractivo si estoy en una pantalla Quiero ver movimiento entonces una cámara fija en un seno funciona y así lo hacen todos.

### **¿Qué mejoras recomendaría para las transmisiones de Facebook Live de Noticias Actual?**

Eso depende mucho de la audiencia. Por ejemplo, en un artículo de política que yo realice lo que yo hago es ponerme siempre en el lado de la persona nunca de lado de un partido político porque en el momento que yo me coloque del lado de un partido tengo una visión de túnel sí me colocó al lado de la persona tengo una visión más amplia. Entonces en este caso dependerá de la audiencia la audiencia que tenés en radio no es la misma que tenías en la red social entonces tenés que identificar quién es la audiencia, y a partir de ahí empezar a construir si lo vas a hacer al revés tenés que hacer un MVP mínimo producto viable lo que se conoce como un prototipo algo que apenas funcione algo barato de prototipar y echar la pista. entonces hay que empezar a probar y medir las reacciones en función de su contenido. Y eso te va dando una idea de por donde sí Y por dónde no si no terminas de invertir hasta que tenés un conocimiento real de la gente. Entonces no puedo decir en este momento que es lo que tienen que hacer porque para ir y ver un Facebook Live donde veo las mismas personas que escuchó en radio Mejor me voy a radio si es Facebook Live vos estás viendo algo audiovisual, Y estás esperando algo más histriónico algo más atractivo si estoy en una pantalla Quiero ver movimiento entonces una cámara fija en un seno funciona y así lo hacen todos.

### **Entonces, con respecto a lo que usted menciona, ¿Una opción de noticias actual es crear algún con productos diferentes?**

Claro hacer un producto diferenciado o sea un noticiero en teoría le tiene que funcionar a todo mundo lo que pasa es que entre más genéricos o menos valor tenés es preferible lanzar para muchísimo menos personas, pero realmente tener gente que consume ese producto son cosas completamente diferentes. Yo me sentaría a decir que no hay en el mercado que hacemos para mí

tiene que ver más productos de análisis. Pero igual esto depende mucho de las características de ellos En lo personal a mí me gusta el análisis y se me hace fácil pero no todo mundo puede.

- **Daniel Calvo, controlista o cabinero en Radio Columbia.**

**¿Podría explicar las funciones que realiza para lanzar una transmisión de Facebook Live?**

Nosotros utilizamos un programa que se llama wirecast, es en la modalidad de pago. Obviamente da unas variables mucho mejor que un programa normal gratuito. En la función de salida programamos la página de Facebook que queremos salir, cómo en noticias Colombia o en Colombia deportiva lo que son las transmisiones de fútbol. O algunos programas independientes como de don Jashin Quesada que en este caso el nombre del Facebook de él es Jashin digital. Después ponemos título en este caso es el nombre del programa Más la fecha del día luego hay otra opción de un subtítulo en el que podemos poner un subtema o el tema que se va a tratar en el programa. Después faltaría un paso para salir a transmitir el cual es en la parte superior del programa se le da Play y automáticamente estaría saliendo al aire en la página que hemos decidido transmitir.

**¿Con que equipo o materiales trabajan para realizar transmisiones de Facebook Live?**

Trabajamos con una computadora que transmite todo de la mano de la computadora está una consola, una-mixer que es la que recibe y emite el sonido que vamos a transmitir que sale de la consola principal de la Radio. Esa consola ya esa parte es para el FM y el A.M. que es de la radio y de ahí va una mixer-exclusiva de la computadora de transmisiones de Facebook Life y de redes sociales. Utilizamos micrófonos distintos tipos de cables para la conexión de la del Facebook Live dos cámaras que están en la cabina principal y obviamente sus componentes como tales de una computadora como un mouse teclado y demás.

A veces se utiliza u otras cosas pero ya eso a nivel del programa. Decía wirecast ese programa que utilizamos, pero de la mano podemos utilizar Skype si hay alguna conexión inalámbrica alguien que esté fuera de la emisora por alguna situación especial entonces podemos utilizar esa o la que se llama zoom.

**¿Cómo considera la utilización de estos equipos son fáciles de usar?**

Si son fáciles de usar es muy mecánico me refiero este término a que se les enseña a las personas pero se vuelve algo que siempre es lo mismo entonces de cierta facilidad de que como le decía que son las cosas con él se conectan para usar el iPhone y demás ya es mi mecánico y transmisión tras transmisión es lo mismo porque es muy chico el mismo sistema los mismos programas entonces es algo muy fácil que se puede hacer día a día.

### **¿Desde su perspectiva personal como ve el resultado de las transiciones?**

Desde la parte personal las veo bien creo que hay algo que tomar muy en cuenta, pero no es únicamente Columbia o 'X' empresa si no la limitante del Internet vivimos en un país donde lamentablemente el Internet tal vez no es al 100%. A veces ahí vemos esto en los diferentes lugares casas empresas están en servicio de teléfono móvil la gente le cuesta un poco el Internet depende del lugar donde esté puede tener acceso. Entonces es uno de los asteriscos más grandes para el resultado final de la transmisión en este caso de Facebook Live, pero después de ahí creo que es una buena herramienta para los medios de comunicación, empresas en general, transmitir a través de redes sociales para poder llevar la información y así y también estaré a nivel de mercadeo.

### **¿Cuál es el nivel de prioridad que tiene el Facebook Live en su trabajo?**

Nosotros somos una radio emisora nacimos con una empresa radiofónica y ese siempre ha sido nuestro producto meta. Siempre se ha tenido claro que eso es nuestra prioridad llevar una buena calidad de audio a los oyentes tanto al FM como la AM o al Real audio como es en Internet y por consiguiente a las transmisiones de Facebook Live. En el caso de Columbia la función mía es doble, me refiero a sacar la transmisión de Facebook Live en Internet a como también sacar la parte de radio entonces cumplimos esas dos funciones pero siempre tenemos claro que la prioridad es el audio es el sonido y por ende la radio pero ya vamos con el Facebook Live que es la segunda etapa digamos pero igual se vuelve vital porque es un servicio que la empresa da al tanto a los oyentes en el país como afuera entonces las dos cosas son importantes pero lo principal es el sonido para la radio. Pero recordemos que en algún momento con estas funciones de este programa Wire Cast podemos emitir el sonido de las transmisiones de Facebook Live No necesariamente con cámaras activadas se puede poner un protector de pantalla un banner u otros términos, pero no se están viendo las personas, pero si está bien el sonido entonces lo estás escuchando a través de la transmisión de Facebook Live, pero nos están observando la persona entonces repito el sonido en

cualquiera de las dos ramas llámese radio o transmisión de Facebook Live es muy importante y es vital.

### **¿Qué tan frecuentemente utiliza material audiovisual para los Facebook Live de las ediciones del noticiero?**

Si es bastante frecuente lo que lo utilizamos. Recalco, nosotros somos radio, esto es un tema extra es un plus que le damos a la radio audiencia y a los diferentes seguidores de las redes sociales se trata obviamente de darle dinámica y no ser algo muy monótono, simplemente los periodistas verlos hablando, si no también darle un poco de dinámica a las transmisiones de Facebook Live y demás, entonces si se trata de acompañar con imágenes dar un soporte con videos con diferentes cosas a nivel visual.

### **¿Cómo utiliza o espera del material audiovisual dentro de las transmisiones de Facebook Live?**

Cada productor de espacio ya me sea Noticias Columbia, Columbia Deportiva o los espacios que son externos a la emisora, los productores o su equipo de trabajo lo suministra. En este caso los videos, las imágenes, el contenido general que ellos quienes transmitir tanto para la radio como para el Facebook Live y las redes sociales, entonces de acuerdo con lo que ellos nos suministran y mediante un guion, se va a trabajando de acuerdo con ese guion lo que ellos necesitan.

### **¿Según su experiencia que no debe faltar en una transmisión de Facebook Live?**

Me parece que la parte visual no sólo de video e imágenes, sino de tener varias tomas varios encuadres. Esto vuelve una transmisión de Facebook Live con mucha dinámica, divertido. Depende del contenido no sólo se pueden transmitir contenido programas de opinión o de un formato más estructurado sino también en su momento programas de comedia y demás, pero esto lo vuelve muy ameno. Creo que utilizar la herramienta de diferentes tomas con la cámara, los encuadres y demás. Y también de todo este material de videos, fotografías, imágenes de cuadros de estadística y depende de lo que estemos hablando en ese momento creo que eso ayuda, y es algo vital para ser bien amena y dinámica la transmisión como tal.

### **¿Cómo califica el hecho de que la radio transmita sus programas en la plataforma de Facebook Live?**

Cuando tuve la experiencia de llegar a una emisora por primera vez hablo de hace 15 años atrás, lo primero que me dijeron fue “recordá la radio es imaginación“ Y hace 15 años atrás era algo muy bonito, en el caso mío que trabajaba como locutor en una emisora de corte juvenil, vos podés jugar de una manera muy bonita con los oyentes usando la imaginación, con la radio en esta parte de innovar porque es una innovación la parte de redes se pierde un poquito ese mayor concepto de la radio que es la imaginación. Pero ahora hoy en día es parte de la innovación parte de lo que los oyentes también te exigen. Entonces creo que las radio emisoras se tienen que acoplar a eso Y Buscar es un dinamismo innovación evolución para dar un mejor producto final a la gente y hoy en día las redes sociales vemos muchos medios de comunicación que son únicamente sociales, Y tienen un alcance muy grande y es por medio de estas plataformas, Y por supuesto van de la mano con estas transmisiones de Facebook de envíos que se generan desde el lugar de la noticia por ejemplo o de donde hacen el programa. Entonces sí es muy importante hoy en día y es una forma de mercadeo de mercadear la radio a nivel de patrocinios y demás. Entonces si va de la mano, aunque si se pierde un poquito el concepto de que la radio es imaginación como la forma de hacer radio antes, pero hay que adaptarse a las tendencias nuevas y es parte de.

### **¿Cuál o como es su relación con esa audiencia desde su puesto de trabajo?**

Como dicen uno está detrás de todo. Pero uno tiene la ventaja de poder interactuar por medio de comentarios, o mensajes privados, entonces por esos medios existe la posibilidad de interactuar y ahí uno ve muchas cosas, opinando del tema de lo que se está hablando como tal a como diferentes criterios de la misma transmisión, cosas que uno también ve porque hay que ser realista, uno aprende día a día de diferentes personas y uno aprende también de los oyentes. Entonces es como ese termómetro mira los oyentes les gusta cuando pasamos este tipo de publicaciones a través de Facebook Live o cuando hacemos X o Y o aquello otro a través de una transmisión entonces es un buen termómetro para uno darse cuenta de que tan bien pueden ir El norte de la transmisión.

### **Entrevista Allan Arroyo, periodista radiofónico de Radio Columbia**

#### **¿Cuántos Facebook Live hacen por día?**

Propiamente del noticiero, hacemos mínimo cuatro por día.

### **¿Qué tipo de transmisiones en vivo se realizan a nivel digital?**

Cada una de las secciones se transmite por Facebook Live. La de las 5:15am que va hasta las 6:55am, la del mediodía que va de 11:30am a 12:25md, y la tercera de cinco de la tarde a seis de la tarde. Además, hay que sumarle el programa Por Tres Razones que es un programa de entrevista de la directora y es producción de nutricios Colombia y se transmite a las tres de la tarde por radio y Facebook.

Hay que sumar algunos días que dependiendo de la cobertura estamos en la calle y decidimos hacer Facebook Live desde el lugar. Eso depende mucho de cómo esté la agenda y si nos disfrazamos al sitio. Tratamos en la medida de lo posible hacer algún tipo de Facebook Life desde el propio lugar en cualquier momento del día inclusive se ha hecho durante las noches con la restricción vehicular sanitaria por ejemplo con muy buenos resultados muy buena audiencia ese tipo de Facebook espontáneo desde el lugar genera siempre mucha atracción.

### **¿Qué herramientas audiovisuales ejecutan para plasmar la información periodística dentro de la transmisión de Facebook Live?**

Es un poco complejo por todo lo que implica. Somos una radio donde el recurso es limitado, pero en la medida de lo posible se trata de siempre las entrevistas por ejemplo salgan en vía Zoom en la medida de lo posible, para tener siempre la imagen se utilizan pantallas gráficas en algunas ocasiones. En otras ocasiones cuando estamos transmitiendo desde lugar la señal es vía Xoom que el periodista salga vía Xoom y también en algunos momentos hemos compartido Videos previos para hacer un Roche que nos tapen mientras estamos al aire con imágenes de la situación. Hay que ser claros, Siempre hay que mantener la prioridad en la Radio. Mantener esa dinámica de una cabina de radio en Facebook eso creo que la gente lo entiende de esa forma no somos televisión, pero en la medida de lo posible se trata un poco de adornar la transmisión, pero siempre manteniendo esa esencia de la radio y evidentemente de la realidad de recursos limitados.

### **¿Con qué equipo cuentan ustedes los periodistas para transmitir Facebook Life?**

Es lo básico un trípode un teléfono celular ya sea del personal o de la radio donde si todos mi por Facebook o se graban los Vídeos el micrófono y un iWatch que es el que permite conectar el micrófono al teléfono.

### **¿Cómo prepara esas herramientas o material audiovisual?**

Hay un equipo destinado a la parte de diseño y Web entonces nosotros como periodistas les hacemos la solicitud vía Chat de lo que necesitamos o alguna indicación de qué información, los gráficos, las fotos, o lo que queramos incluir, ellos nos envían la propuesta y nosotros rápidamente les decimos que corregir que está bien o que no y luego ya lo ponemos al aire o lo compartimos en redes sociales. Es un equipo web gráfico hay una diseñadora gráfica de la que se encarga de ese proceso de plasmar un poco la idea.

### **¿Dentro del noticiero dedican alguna preparación exclusiva de la información sólo para el Facebook Live, cómo es esa producción?**

Realmente no hay mayor diferencia con respecto a la radio nos gustaría hacer un producto más enfocado en redes, pero tenemos un recurso limitado tanto tecnológico como de personal. Se nos dificulta, pero no hay mayor preparación diferenciada de hecho un reto que tenemos por delante es mejorar la parte gráfica independientemente de quién esté hablando en cabina o que se ve en la pantalla tener también gráficos, por ejemplo, como los de televisión que una persona pueda darse cuenta de qué es el tema o de qué se trata la entrevista. Ese es un paso que debemos dar y que podría diferenciar y mejorar un poco el producto de Facebook Live, pero en este momento una preparación exclusiva o producción específica no se tiene.

### **¿Cuál es el nivel de importancia que le dan ustedes en el noticiero al Facebook Live?**

Prioridad radio porque es la parte más importante del negocio. Pero Facebook se ha venido a convertir en un importante complemento, aunque insisto por falta de recursos no le podemos dar el impulso o el tiempo que requiere pero es una plataforma importantísima que la gente ya la busca principalmente en el noticiero de la mañana es de los más seguidos es el que tiene más audiencia cuando pasa algo de última hora o algo muy sonado, cómo alguna decisión de gobierno o medidas sanitarias por Covit ahí vemos un repunte de seguidores que se conectan a la transmisión es decir vemos un interés de enterarse por la vía de Facebook y además es una plataforma importantísima para conocer la opinión de la gente, qué temas se están moviendo que opinan de cierto tema nos

comparten información en algún momento si algo sucede en carretera o un accidente hemos recibido reportes por Facebook entonces el Facebook Live nos permite. Tener una retroalimentación de la gente de la audiencia y eso es muy importante en radio y en los tiempos actuales comentarios noticias que están sucediendo en este momento es una plataforma importante y tratamos de incorporar ese apoyo de la gente a una transmisión de radio leyendo comentarios y la información que vamos recibiendo por esa plataforma.

### **¿Qué tipo de audiencia han identificado en las transmisiones a diferencia de la Radio?**

Es muy variado, pero creo que puede ser gente joven que está en redes sociales y se va enterando de las noticias es una población que hemos notado muy fiel si bien cada día tenemos gente nueva uno va identificando los perfiles que se van conectando mucho durante los días de la semana. Entonces se convierte en una comunidad muy fiel muy constante inclusive ellos notan cuando alguno de nosotros lleva algunos días por ahí que otras son vacaciones días libres sin aparecer entonces empiezan a preguntar qué pasó con tal donde estatal cuando ha habido cambios en el personal eso ha sido muy notorio la respuesta en Redes. Entonces es una población bastante fiel en aumento uno puede notar también el comportamiento, en la mañana por ejemplo que es la que me toca a mí uno ve mayor movimiento después de las 5:30 que es posiblemente cuando van despertando en la mayoría y otros en las camas va viendo que va pasando o cómo amanece el país y se van conectando uno puede ver esa dinámica.

### **¿Cuál es necesidades considera que debe cubrir el noticiero en estos momentos con respecto a transmisiones en vivo?**

Necesidades de personal para poder tener más Videos más gráficos poder ir cambiando supers para eso es importante el recurso humano. Es limitado entre tanta cosa que tenemos que hacer. Más personal nos permitiría también estar más afuera poder hacer pases en vivo desde el lugar que lo intentamos hacer, pero todavía falta recursos y recursos tecnológicos mejorar cámaras mejorar y mejorar el software que se utiliza.

### **¿Qué elementos debe tener un Facebook Live de un noticiero para una correcta ejecución de informar?**

Me parece que gráficos sólo es un complemento importante. No sólo tener a los presentadores en la cabina, gráficos me refiero a los supers que van pasando quiénes son los que

están hablando, cuáles son los temas, hacer un poco de esa parte de televisión que la televisión lo hace muy bien, creo que es importante porque muchas veces la gente va pasando y competimos contra videos cómicos, otros medios de comunicación, competimos contra un montón de mensajes en redes sociales, en esa pasada que va haciendo la gente tenemos que atraer de alguna forma la atención y en el caso del noticiero hemos notado que cuando hemos puesto algún gráfico de cuál es el tema y quien está hablando la gente se detiene un poco puede que él le llame la atención detenerse en el noticiero y no seguir pasando redes sociales donde la atención es muy complicada Y se compite contra mucha cosa.

Otro elemento, El estar subiendo Videos del lugar donde estábamos un video relacionado con la noticia que se puede captar la atención reitero son elementos que complementan sin perder la esencia de radio que debe mantener ahora las nuevas tecnologías.

### Anexo 3

#### Cuadro general de observación

Categoría	Aporte
Fecha:	
Hora:	
Lugar:	
Departamento:	
Programa:	
Cantidad de participantes:	
Software utilizado para transmitir:	
Herramientas de transmisión:	
Imágenes ilustrativas:	
Cintillos informativos:	
Pantallas informativas:	
Información periodística en el noticiero:	

Reproducción de vídeos:	
Función del operador/cabinero con el software	
Atención del cabinero en la transmisión	
Cambio de cámaras:	
Iluminación:	

## Anexo 4

### Evidencia de observaciones



# NOTICIAS ACTUAL

## 107.1 FM

Fuente: Banco Central de Costa Rica

Noticias	Tipo del dolar	Compra	569,46	Venta	575,93	06:30 a. m.
----------	----------------	--------	--------	-------	--------	-------------

107.1 ... en la madrugada y muy altas en horas cercanas al mediodía. Asimismo se solicita mucha precauci...

### ESCUCHENOS 107.1 FM

PRIMERA EDICION