

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS**

VICERRECTORÍA ACADÉMICA

**TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO DE
BACHILLERATO EN PERIODISMO**

**ANALIZAR LA ADAPTACIÓN DE NUEVAS
TECNOLOGÍAS EN MEDIOS RADIOFÓNICOS:
CASO DE RADIO MONUMENTAL, UNA DE LAS
EMISORAS PIONERAS EN ACOPLARSE EN
COSTA RICA.**

**MARÍA DEL MILAGRO ROMERO GARITA
TUTOR: SERGIO ARAYA ALPÍZAR**

SAN JOSÉ, SEDE ARANJUEZ

ABRIL, 2019

Dedicatoria

La investigación está dedicada en primera instancia a DIOS, mi luz y mi guía, a quien le doy infinitas gracias por bendecirme y acompañarme durante mis 4 años de estudio.

A mi familia, pero en especial a mi madre, quien ha sido mi apoyo incondicional y testigo de todo el esfuerzo a lo largo de estos años, este título no solo representa mi esfuerzo y dedicación sino también el esfuerzo de ella. Gracias por sacrificarse tanto por mí y darme la oportunidad de estudiar la carrera que me amo, periodismo.

A mi abuela, mi segunda madre. Gracias por inculcarme desde pequeña el amor por el estudio. Gracias por hacerme la mujer que soy, recordarme que todo esfuerzo tiene su recompensa y sobretodo llenarme de fuerza para seguir adelante en este camino.

A mi hermana, quien siempre ha sido mi ejemplo a seguir y quien ha sido testigo de mis horas de estudio, frustraciones y traspasadas estudiando para un examen o haciendo trabajos de la universidad.

A mis sobrinitos José Pablo y Luciana, quienes son mi FELICIDAD para seguir adelante y quienes me motivan a ser mejor cada día y darles el mejor ejemplo en lo que hago.

A mis amigos, quienes siempre han sido una luz en mi vida gracias por motivarme y ayudarme a cumplir mis sueños.

A mi tutor y a mis profesores de la universidad, gracias por la paciencia y por guiarme durante toda formación académica.

Y por último quiero agradecer al equipo de trabajo de Radio Monumental quienes fueron muy amables en recibirme y compartir conmigo parte del conocimiento que hizo posible esta investigación.

Contenidos

Contenidos

	13Tabla
s	15Resumen
Ejecutivo	16Capítulo I
:Introducción	17Planteamiento del
problema	8
Objetivos de la investigación	9
Objetivo general.	9
Justificación	10
Antecedentes	11
Radio en Costa Rica	12
Investigaciones internacionales	
15	
Investigaciones nacionales	266
Proyecciones	
Capítulo II: Marco Teórico	19
Comunicación	19
Medios de comunicación	20
Medio radiofónico	23
Adquisición de frecuencia	24
Lenguaje radiofónico	25
Radio en internet	30
Nuevas tecnologías de información	31
Hipertexto	32
Hipermedia	32
Sitios web	33
Podcast	34
Redes sociales	34
Facebook	35
Twitter	35
Multimedia	35
Perfil del comunicador	36
Aspectos positivos de la radio online	38
Cobertura mundial	38
Inmediatez	38
Segmentación de públicos	39
Mayor interacción	39
III Capítulo Marco Metodológico	
	51Enfoqu
e	41
Diseño	44
Tipos de investigación	45

	15
Población	47
Unidades de Análisis o Variables de Análisis	58
s	Instrumento
	55
Entrevista de profundidad	55
Observación	59
Referente Institucional	
IV Capítulo Análisis de resultados	65
Unidad De Análisis.Perfil Del Periodista	65
Unidad De Análisis.Las Nuevas Tecnologías De Información	73
Unidad De Análisis.Opinión Pública	116
Conclusiones	121
Recomendaciones	

Tablas

Tabla 1. Historia de la radio en Costa Rica.	14
Tabla 2. Clasificación de medios según Harry Pross.	22
Tabla 3. Emisoras de la cadena radiofónica de Central de Radios.	24

Tabla 4. Unidades del lenguaje radiofónico y sus funciones.	25
Tabla 5. Tipos de ondas su propagación.	27
Tabla .6 Diferencias entre amplitud modulada y frecuencia modulada	29
Tabla 7. Definición de hipermedia	33
Tabla 8. Principales similitudes entre enfoques.	43
Tabla 9. Alcances y definiciones.	47
Tabla 10. Unidades de Análisis	50
Tabla 11. Personas seleccionadas para la aplicación de entrevistas de profundidad.	58
Tabla 12. Emisoras de Grupo Monumental	62
Tabla 13. Nuevas habilidades adquiridas.	70
Tabla 13. Herramientas de trabajo de 120 minutos.	79
Tabla 14 Composición de la sala de redacción de Monumental	83
Tabla 15. Aspectos positivos y negativos de las nuevas tecnologías de información	88
Tabla 16. Nuevas habilidades adquiridas.	95
Tabla 17. Herramientas de trabajo de 120 minutos	104
Tabla 18 Composición de la sala de redacción de Monumental	108

Resumen ejecutivo

El medio radiofónico representa el eje principal de la presente investigación, en la que se analizaron las nuevas tecnologías en los medios radiofónicos específicamente en Radio Monumental, por ser una de las pioneras en acoplarse a ellas en Costa Rica.

Además, la investigación buscaba conocer la respuesta de la opinión pública sobre la adaptación de las nuevas tecnologías en el medio radiofónico a través de una encuesta realizada en redes sociales.

La investigación contó con la colaboración de periodistas, jefes de redacción, exdirector del medio de comunicación, técnicos de sonido, gerente. A todos ellos se les realizó una entrevista de profundidad con el fin de comprender los diferentes cambios que ha sufrido el perfil del comunicador ante la implementación de las nuevas tecnologías en las labores de la emisora.

Además, se seleccionaron tres programas que se transmiten a través de radio Monumental los cuales son: 120 minutos, Noticias Monumental y Pelando el Ojo. Cada uno de estos programas se encuentran representados por un periodista el cual fue observado mientras se transmitía el programa, esto con el fin de conocer las funciones de los nuevos recursos que se utilizan en este medio radiofónico.

Capítulo I: Introducción

Con el paso del tiempo la forma tradicional de hacer periodismo ha ido evolucionando, nuevas tecnologías y estilos de vida de las personas provocan que la sociedad busque opciones más rápidas para mantenerse informada sobre todo lo que acontece a su alrededor.

Los diferentes géneros periodísticos se han ido adaptando a una serie de cambios que han permitido que los medios de comunicación sigan satisfaciendo las diferentes necesidades de la población; se han ido acoplando a estos cambios para cumplir con el su objetivo principal, informar.

Hoy en día es muy común ver en el área de comunicación que medios escritos, televisivos o radiofónicos utilicen el internet como herramienta para transmitir y difundir información para todas aquellas personas que por distintas circunstancias no adquirieron el periódico, se le pasó la hora del noticiario o no pudieron sintonizar la emisora.

La aparición de múltiples plataformas digitales facilitan el acceso a los distintos contenidos que el medio ofrece; por ejemplo, en Costa Rica los principales medios escritos del país como *La Nación* o *La Teja* tienen su plataforma en internet, medios televisivos como Teletica o Repretel también tiene a disposición información en la Web.

¿Pero cómo se adaptó el periodismo radiofónico a la era digital? La respuesta a esta pregunta se brindará mediante esta investigación la cual tiene como objetivo principal analizar la adaptación de las nuevas tecnologías en la radio tradicional, tomando como muestra a Radio Monumental.

Además, la investigación busca comprender los cambios que ha sufrido el perfil del comunicador ante los nuevos retos que enfrenta el periodista radiofónico no solo está obligado a dominar la ortografía, locutar, escribir o narrar; ahora implementa herramientas que le permitan buscar, transmitir y difundir información. Así lo indica Duarte (2014) citando a Sáenz (2011) “Un periódico digital utiliza una plataforma con gestores de contenidos como recursos de publicaciones o una tecnología más programada y elaborada para la publicación de las noticias.” (p.13)

La radio juega un papel muy importante en la sociedad, poder realizar otras actividades mientras se informan hacen de esta una de sus principales características, muchas personas en su vida diaria pueden escuchar la radio camino al trabajo, mientras desayunan, en el bus o bien mientras las amas de casa realizan sus labores hogareñas sin necesidad de parar con lo que están haciendo. Así lo afirma Blanco (2011) “La emisión radial no precisa atención especializada, es decir, se puede simultanear compartiendo actividades y estímulos, sobre todo cuando no requiere concentración mental”. (p.12)

En cuanto a la asignación de frecuencias en el país, hay que decir que está regulada por el Estado con la creación de la Ley de Radio desde 1954 hasta la actualidad, en esta se establecen diversas leyes, reglamentos y decretos donde se definen los aspectos más importantes como los debidos procedimientos para adquirir, asignar y renovar una frecuencia.

Para la asignación de frecuencias, el Estado debe de considerar el principio 12 de la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión establece la igualdad del pueblo para acceder a la radio y a la televisión bajo los criterios democráticos.

Con la llegada del Internet, medios radiofónicos empezaron a digitalizar sus radios y los periodistas buscan nuevas formas de hacer radio a través de esta herramienta.

En el caso de Radio Monumental, este es un medio nacional que pertenece al grupo de Central de Radios (CDR); esta emisora no solo ve el internet como herramienta de apoyo, sino que es su área de trabajo, ahí es donde se construye una nueva forma de comunicación entre periodista y usuario permitiendo llegar a sus diferentes públicos a través de la Web.

La utilización de nuevas tecnologías no ha llegado para darle muerte a la radio tradicional sino al contrario, ha permitido realizar una mezcla entre lo que se conoce habitualmente y lo más nuevo, dándole un giro al concepto que se conoce comúnmente.

Es necesario entender que al ser la radio un medio tan utilizado debe estar actualizado con las nuevas tecnologías para lograr cumplir con los objetivos planteados y seguir cumpliendo con las expectativas de los oyentes. La implementación de las nuevas tecnologías ha cambiado la forma de hacer radio en esta era digital y en consecuencia el periodista debe estar capacitado para los nuevos retos y aspectos que se presentan.

Planteamiento del problema

La llegada del internet ha provocado un cambio significativo en los medios de comunicación tradicionales. Cada vez son más los medios de comunicación que se apoyan en las nuevas herramientas y tecnologías de información para realizar las labores periodísticas.

Ante este cambio son muchas las interrogantes que surgen con respecto al medio de comunicación radiofónico, por lo que la presente investigación pretende analizar a Radio Monumental con el fin de comprender de una mejor manera la transición que ha sufrido la

radio tradicional y además por ser una de las emisoras pioneras en utilizar las nuevas tecnologías de información en Costa Rica.

Dependiendo de las necesidades del medio, estos cambios representan aspectos positivos o negativos en el periodismo radiofónico, es por esta razón que es necesario estudiar tanto a la radio tradicional como la radio que se realiza hoy en día con el propósito de explicar los diferentes factores que han intervenido en este cambio y aclarar cualquier duda con respecto a este fenómeno digital.

Existen medios que desean dar el paso hacia la Web, pero no tienen amplio conocimiento sobre el tema, las ventajas y las desventajas, los diferentes recursos que se utilizan, la distribución de responsabilidades, la forma de transmitir la información; en fin, es importante conocer por qué este cambio ha impactado la nueva forma de hacer periodismo radiofónico.

Con esta transición no solo la radio cambia, sino que también existen elementos que se han ido transformando, entre ellos el periodista, así lo menciona Duarte (2014) citando a Sáenz (2011) “Un periódico digital utiliza una plataforma con gestores de contenidos como recursos de publicaciones o una tecnología más programada y elaborada para la publicación de las noticias.” (p.13)

El periodista ha adquirido una serie de funciones para poder solventar las necesidades de su público el cual busca estar informado de una forma más veraz y práctica a través del internet.

¿Los comunicadores saben realmente sobre el tema? ¿Conocen las ventajas y las herramientas que les permiten estar más cerca de sus oyentes? ¿Saben sobre los diferentes elementos que han permitido a este medio perdurar a través de los años a pesar de que haya transcurrido bastante tiempo desde su descubrimiento? ¿La transición de medios tradicionales a plataformas digitales ha afectado la preparación de los nuevos periodistas? ¿Cómo deberían ser los contenidos en medios digitales y tradicionales para que las personas se interesen? ¿Cómo será la radio dentro de unos años? ¿Llegará a desaparecer la radio? Estas son algunas de las incógnitas que se pretenden abarcar en la investigación con el propósito de concluir los objetivos del estudio que se presentan a continuación.

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Analizar la adaptación de nuevas tecnologías en medios radiofónicos: caso de Radio Monumental, una de las emisoras pioneras en acoplarse a ellas en Costa Rica.

Objetivos específicos

- Comprender los cambios que ha sufrido el perfil del comunicador ante las nuevas tecnologías.
- Determinar los nuevos recursos tecnológicos en Radio Monumental.
- Mostrar la adaptación de la opinión pública a las nuevas tecnologías.

Justificación

Con la llegada del internet diferentes medios de comunicación han tenido que ir cambiando la forma de producir información, pero manteniendo su objetivo principal. Muchos de estos, aparte de tener su formato tradicional, tienen en la Web su información.

Así lo menciona De Prado (2016) “Internet ha transformado los medios de comunicación, adaptando nuevos espacios en la red para sus consumidores. Las nuevas tecnologías han revolucionado el sector de los medios de comunicación tradicionales, siendo internet una nueva herramienta para alcanzar a nuevos consumidores.” (p.9)

La radio por ser un medio que se mantiene en contacto directo con sus receptores se ve en la obligación de adaptarse a los cambios, renovar formatos, ajustarse a las nuevas tecnologías para poder atender las diferentes demandas de su público. De Prado (2016) realiza una comparación de este fenómeno:

La producción de información o contenidos se vieron obligados a incorporar internet a sus estructuras de distribución de su producto para obtener algo parecido a una “venta”. Esta “venta” en internet no tiene por qué ser remunerada por el consumidor ya que puede ser la visualización de un programa de televisión, el acceso a una web de contenidos o la reproducción de un programa de radio. (p.9)

La mayoría de medios de comunicación han logrado adaptarse a la nueva era digital con ayuda de las diferentes plataformas, Radio Monumental aún se mantiene en la frecuencia 93.5

FM como una emisora tradicional, pero también brinda información a sus oyentes a través del internet. Una combinación que le ha permitido seguir informando a los oyentes.

Esta investigación se pretende realizar con el objetivo de analizar la adaptación de nuevas tecnologías en medios radiofónicos, específicamente en Radio Monumental a partir de la incorporación del internet como herramienta fundamental en el área de trabajo.

El análisis les permitirá a los diferentes profesionales de la comunicación ya sean periodistas, futuros periodistas o medios de comunicación, conocer el uso que se le dan a estas nuevas herramientas de trabajo que hacen la labor periodística de una forma más rápida y práctica, además de aprender sobre las características, ventajas y desventajas que tienen.

De Prado (2016) citando a González (2009) “Los profesionales como periodistas polivalentes ya que han desarrollado competencias en distintas áreas temáticas, para distintos soportes de medios y con distintas herramientas tecnológicas.” (p.11)

Al finalizar la investigación la persona podrá tener el conocimiento suficiente para determinar qué tan positivo ha sido este cambio y decidir ser parte del cambio o abstenerse; además, si algún medio ha pensado en realizar este paso, la investigación le servirá de guía para motivarlo a hacerlo.

El aporte de conocimiento es una de las metas que se pretenden lograr, es por esta razón que dicha investigación puede funcionar como material para futuras investigaciones que se deseen realizar más adelante.

Antecedentes

En el siguiente apartado se menciona la historia de la radio en Costa Rica, así como las tesis, artículos científicos y revistas que se tomaron en cuenta para la investigación como base para iniciar la investigación.

La utilización de estas tesis es importante, según Santa Cruz (2015) citando a Arias (2012), explica que “Los antecedentes reflejan los avances y el estado actual del conocimiento en un área determinada y sirven de modelo o ejemplo para futuras investigaciones.” (p. 108)

Las tesis son utilizadas por investigadores como referencia para orientar su trabajo y esas referencias pueden ser de dos tipos nacionales o internacionales.

Para lograr abordar el tema de esta investigación con mayor profundidad se tomaron tesis nacionales e internacionales, así como artículos científicos que puedan servir como guía para la investigación.

Radio en Costa Rica

Desde inicios del siglo XX la radio ha jugado un papel importante en la sociedad, en ese entonces Costa Rica era el quinto país que podía gozar de este medio de comunicación.

El italiano Guglielmo Marconi fue el encargado de inventar este aparato; mayormente era utilizado por los campesinos como vía para emitir y recibir mensajes. Además Tovar (2013) expone otros usos de la radio:

Cuando los campesinos no disponían de otra herramienta para hacer llegar el recado para que le llevaran la yegua a determinado lugar, con la que habría de volver a su rancho. O bien, para que familiares llegaran cuanto antes a llevarse al pariente postrado en una cama, urgido de atención hospitalaria. O dar la grata noticia del nacimiento del primogénito en un centro de salud distante del caserío donde la madre y la criatura habrían de regresar para reunirse con los suyos. (p.24)

La radiodifusión representa uno de los inventos más trascendentes para el desarrollo de las comunicaciones.

En el caso de Costa Rica, entre los antecedentes hay que citar a Amando Céspedes. El 1 de agosto de 1881 nació Céspedes, uno de los más importantes pioneros de la radio en Costa Rica. Sus pasos en la radiodifusión dieron inicio en 1923 con la creación de una antena de bambú que le permitió captar las primeras señales radiofónicas recibidas en el país las cuales comunicaban a San José y San Pedro con un transmisor-receptor de 5 watts.

Otros de sus aportes fueron construcción de la primera radioemisora del país que operaba con las siglas de NRH, considerada como la primera estación de radio de onda corta de América Latina. Años más tarde en 1927, logró la transmisión radiofónica de onda larga, la cual logró ser captada hasta Nueva Zelanda.

Céspedes murió en 1976 a los 95 años, 5 años más tarde la Asamblea Legislativa lo consideró benemérito de la patria. Este gran personaje de la radio costarricense no solo tenía un gusto por la radio, sino que también realizó grandes aportes fotografía y en el cine costarricense.

En Costa Rica la radio está reglada por La Ley 1758 o la Ley de Radio y Televisión data de 1954. Según Durán (2016) “Su creación se dio ante el aumento de frecuencias, por lo que se decidió establecer una legislación que controlara a los medios de comunicación emergentes.” (p. 17)

Actualmente cuenta con 27 artículos en los que se establecen diversos reglamentos y decretos que se han producido sobre la radiodifusión en el país, uno de los artículos establece la clasificación de emisoras existentes en el país entre las que se encuentran: oficiales, comerciales, marítimas, aeronáuticas, meteorológicas y radiofusiones de televisión. Además, presenta otro apartado con las principales atribuciones que tiene el Departamento de Control Nacional de Radio para el efectivo cumplimiento de esta ley.

Las emisoras pertenecen al Estado y la única institución que cuenta con un canal de televisión, una emisora y un medio digital es el Sistema Nacional de Radio y Televisión SINART, según el sitio web de la institución SINART es la encargada de orientar, educar y entretener a la población a través de programas sobre educación, ciencia y tecnología. Además, da a conocer el desarrollo cultural del pueblo costarricense en sus diferentes manifestaciones artísticas tales como: la música, la danza, el teatro, la lírica y las artes plásticas en general.

El Poder Ejecutivo por medio del Ministerio de Gobernación y previa consulta al Departamento de Control Nacional de Radio es el encargado del otorgamiento y la cancelación de licencias para operar estaciones.

En la siguiente tabla se señala los diferentes hechos que impactaron la historia de la radio en Costa Rica.

Tabla 1. Historia de la radio en Costa Rica

Año	Acontecimiento
1881	En la ciudad de San José nació Amando Céspedes Marín, pionero de la radiodifusión de América Latina.
1927	Primera transmisión radiofónica en onda larga, la cual logró llegar hasta Nueva Zelanda.

1928	Primera transmisión deportiva de radio desde el Estadio Nacional de Costa Rica, un encuentro de fútbol entre el Alianza Lima de Perú y el Club Sport Herediano.
1932	Emergió el radioteatro con la obra "Luces de San José".
1933	La primera novela de la radio.
1936	Propaganda política por radio Athenea en la que resultó ganador León Cortés Castro.
1937	El programa de radio "La voz del trópico" es escuchada en América y Europa.
1942	La radio facilitó el surgimiento de un caudillo de la Guerra Civil de 1948.
1947	"Diario del aire" en su primera edición a través de Radio Monumental.
1948	Radio Faro del Caribe salió al aire, la segunda radio religiosa protestante del mundo.
1952	Radio Fides salió al aire, primera emisora católica del país.
1954	Ley de Radio
1958	El periodista Rolando Angulo Zeledón creó Radioperiódico Reloj.
1968	Escuela de Comunicación de la UCR.
1976	Muerte de Amando Céspedes Marín.
1978	Radio Nacional (SINART).
1981	Amando Céspedes, benemérito de la patria.
1992	Radio Nacional de España en Cariari (Pococí de Limón).
2007	Surge Radio Malpaís por internet. Inició la era de los grandes grupos radiodifusores del país: Central de Radios-Repretel, Cadena de Emisoras Columbia, Cadena Radial Costarricense (antes Grupo Radiofónico TBC), Grupo Radiofónico Omega y Prisa Radio-La Nación.

2009	<p>Libro sobre influencia de la radio.</p> <p>Libro sobre Parmenio Medina, considerado como el primer crimen de un periodista relacionado con periodismo radiofónico en la historia de Costa Rica.</p>
------	--

Nota: Elaboración propia.

Investigaciones internacionales

Para la investigación se recurrió a tesis internacionales provenientes de diferentes países una de ellas se llevó a cabo en Colombia. Aguiar (2009) realizó una investigación sobre una experiencia comunicativa real, la creación e implementación de una estación de radio en Internet. Esta investigación será utilizada como referencia para una mejor comprensión del tema de estudio ya que en ella se incluyen puntos importantes que se tocarán en la investigación.

En México, Hernández (2013) realizó una investigación sobre la digitalización de la radio en México y la transformación que ha sufrido la radio a través del tiempo, al finalizar la investigación Hernández (2013) señala la siguiente conclusión “Las radios comunitarias no cuentan con el apoyo del Estado mucho menos de la iniciativa privada, quienes ven como una amenaza, más como una oportunidad de incorporarse en la competencia.” (p.204)

Esta investigación realizada en la Universidad de San Carlos de Guatemala y presentada por Duarte (2014) identifica características, ventajas y desventajas a través de una comparación entre la labor del periodismo radiofónico y el periodismo digital, con la recolección de datos y entrevistas realizadas a los diferentes equipos de trabajos involucrados en la investigación. La investigación concluye con una serie de aspectos que demuestran el grado de beneficio que conlleva la incorporación de nuevas tecnologías en el periodismo.

En ese mismo país, Jerez (2014) presentó la tesis sobre la funcionalidad de la radio en la internet en la cual ofrece las ventajas y desventajas de la radio *on-line* y la evolución de este medio de comunicación con el propósito de determinar qué tan factible resulta que una radio transmite en internet.

En México, la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de León, De Prado (2016) realizó una indagación sobre la nueva forma en que trabajan las

emisoras *on-line*. Esta investigación ayudará a comprender mejor el funcionamiento de los nuevos recursos de la labor periodística.

En Guatemala, Rodríguez, (2016) brinda en su investigación las herramientas digitales más utilizadas por periodistas para incrementar la interacción entre locutor y oyente en la radio, a través de un análisis de la programación y el porqué de la construcción de una nueva parrilla de programas. Al finalizar la investigación se concluye con las herramientas digitales para la interacción entre locutor y oyente; además De Prado (2016) realizó una indagación sobre la nueva forma en que trabajan las emisoras *on-line*. Aporte que ayudará a comprender mejor el funcionamiento de los nuevos recursos de la labor periodística.

Estas investigaciones internacionales representan la innovación de las nuevas tecnologías en los medios radiofónicos, además de informar, buscan llegar a nuevas personas poniéndose a la vanguardia de lo que existe en el mundo entero.

Investigaciones nacionales

En investigaciones nacionales se utilizó como referencia la tesis realizada por Novo (2011), esta investigación plantea la idea de una radio por internet, esta investigación se llevó a cabo mediante un enfoque mixto. El objetivo principal de la indagación fue la propuesta de radio por internet para la Universidad Internacional de las Américas.

Además, se utilizó la investigación realizada por Cervantes (2013) de la Universidad Internacional de las Américas, la cual trata sobre la radio y su evolución con otros medios. La investigación se realizó con el enfoque cualitativo. El principal objetivo de la investigación fue el analizar la convergencia de la radio y de los medios digitales, producto de las nuevas formas de comunicación, de acuerdo con la percepción de oyentes -internautas y conocimientos de expertos, durante el tercer cuatrimestre del 2013.

Cervantes (2013) finalizó la investigación con la siguiente conclusión:

La habilidad en medios digitales determina que diariamente los usuarios visitan las redes sociales, así como esas son percibidas por los individuos como el medio más eficaz para comunicarse con una radio en cuanto al nuevo medio o plataforma más utilizada para escuchar radio y se encuentra en el celular. (p.138)

Al finalizar la búsqueda se encontró en la Universidad Internacional de las Américas la investigación realizada por Alvarado, (2017) en la que estudia el funcionamiento de la red

social Facebook y la página web del medio de comunicación Columbia, para ello utilizó un enfoque mixto. El objetivo de la investigación fue el 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.

Alvarado (2017) llegó a la conclusión de “Determinar una serie de aspectos que son determinantes para los usuarios y que según los expertos son relevantes en cuanto al cambio de generación que se está dando y el acelerado avance de la tecnología.” (p.117)

Para comprender de una mejor manera el perfil del comunicador se utilizó como referencia la investigación cualitativa de Hortua (2017) quien realizó una investigación en la Universidad Internacional de las Américas con el objetivo principal de analizar la sustitución de los medios tradicionales a los medios digitales y la preparación del periodista para generar contenido a los *millennials*. Al finalizar la investigación Hortua (2017) señaló lo siguiente:

Un perfil ideal de periodista multifuncional que debe saber redactar impecablemente para hacer encabezados de Facebook, hacer notas para la web, luego tener habilidades de expresión verbal y corporal luego valores agregados como programación de computadores, manejo de redes sociales, conocimientos en marketing digital, diseño gráfico, de audio y video. (p.94)

En síntesis, no existen estudios que traten específicamente de Radio Monumental y su adaptación a las nuevas tecnologías, pero sí existen diferentes tesis que hablen sobre este fenómeno de transformación alrededor del mundo.

Proyecciones

La presente investigación tiene objetivo demostrar la influencia de las nuevas tecnologías, con el fin de aportar conocimiento a las nuevas generaciones del periodismo y lograr que la radio se mantenga viva en esta era digital.

Busca también brindar una serie de recomendaciones al medio de comunicación Radio Monumental con el fin de mejorar la comunicación entre locutor y oyente; además al concluir con la investigación, se pretende ayudar a otras radios a sumarse al cambio tecnológico.

Así mismo, trata de proporcionar información a periodistas y medios de comunicación sobre la transformación que ha venido experimentado la radio con la llegada del internet, la

evolución que ha tenido que experimentar y la nueva forma de trabajar. Además, que los profesionales de la comunicación conozcan sobre las herramientas tecnológicas que es pueden utilizar para hacer la labor periodística de la mejor manera de acuerdo con sus oyentes.

Y, por último, uno de los objetivos de la investigación es lograr que esta investigación sirva como herramienta de conocimiento para futuras investigaciones sobre el tema.

Capítulo II: Marco Teórico

El siguiente capítulo busca definir y aclarar una serie de conceptos que podrían ser desconocidos y que además se encuentran estrechamente relacionados con el tema a desarrollar en la investigación. Hernández, Fernández y Baptista. (2014) consideran que “el marco teórico no es lo mismo que la teoría; los contenidos que se seleccionan para desarrollar el capítulo, deben estar hilados entre sí, es decir, tener una secuencia lógica y conformar un engranaje en su totalidad.” (p. 60)

Una de las funciones de estas definiciones es aportar información útil para comprender exitosamente el problema planteado y de esta forma lograr alcanzar los objetivos establecidos anteriormente.

Para la creación del marco teórico, los conceptos se pueden adquirir de tres tipos de fuentes, definidos por Pazos (2017) de la siguiente manera:

Fuentes primarias: libros, antologías, monografías, tesis, artículos de revistas, trabajos, seminarios, conferencias, videos reportes de asociación; fuentes secundarias que compendia fuentes de primera mano: recopilaciones, resúmenes y listados de referencias, fuentes terciarias que constituyen fuentes de segunda mano: documentos que compendian nombres y títulos de revistas boletines, conferencias, simposios, empresas, asociaciones catálogos, institución al servicio de la investigación. (p.122)

La teoría no solo amplía más el tema de estudio, sino que al implementar datos existentes se evitan posibles errores a la hora de desarrollar el tema a averiguar, ya que estos dirigen de una forma más directa a los que realmente se desea investigar. Además, es importante resaltar que la investigación adquiere más sentido y genera nuevos conocimientos e ideas.

Con el fin de captar adecuadamente la información, a continuación, se presentan algunos conceptos claves los cuales se implementarán en el análisis de contenido:

Comunicación

La comunicación comúnmente se conoce como la habilidad que permite interactuar a las personas unas con otras. Dykinson (2007) citando a Anzieu (1971) define el término comunicación como “El conjunto de los procesos físicos y psicológicos mediante los cuales se efectúa la operación de relacionar a una o varias personas – emisor, emisores- con una o varias personas –receptor, receptores-, con el objeto de alcanzar determinados objetivos.” (p.11)

En este proceso de intercambio de información intervienen el emisor quien responde a la necesidad de compartir información y de recibir una respuesta a esta información por parte del receptor, quien no solo se encarga de escucharlo, sino que se tiene que comprender la información para que se de una comunicación asertiva.

En el proceso comunicativo es necesario que exista un código o signos en común, el cual permite que el receptor entienda e interprete correctamente las ideas transmitidas en el

mensaje. Este mensaje es emitido a través de un medio, en la mayoría de los casos el ser humano se comunica de forma verbal y no verbal, pero también se utilizan otros medios como los gestos, los movimientos, las miradas entre otros.

Durante el proceso en el que se envía o se recibe la información se pueden presentar una serie de barreras u obstáculos que impiden o dificultan que el mensaje se dé, afectando de esta forma el proceso de comunicación.

De acuerdo con Boland (2007) las barreras de la comunicación son “perturbaciones indeseables o interferencias que se dan durante la transmisión y recepción del mensaje que tienden a dificultar su circulación o desvirtuar su contenido.” (p.86)

Actualmente existen muchas barreras que impiden la correcta comunicación entre todos los elementos que interactúan en el proceso comunicativo; algunos de esos obstáculos más sobresalientes son el mensaje, los distractores como el ruido, puede impedir que el hablante se conecte con el receptor y por último muchas veces sucede que el mensaje no es decodificado correctamente por el receptor.

Medios de comunicación

Los medios de comunicación son canales utilizados para informar de una forma más amplia a las personas sobre todo lo que sucede a su alrededor en diferentes áreas, de acuerdo con Domínguez (2012) los medios de comunicación o los “mass media “Son aquellos que se envían por un emisor y se reciben de manera idéntica por varios grupos de receptores” (p.12)

La manera de informar parte de la obtención de datos, la cual es procesada para luego ser expresada ante la sociedad, de esta forma la información viaja a través de los diferentes medios de comunicación para poder llegar a todos los hogares costarricenses y alrededor del mundo.

Los medios masivos son utilizados por la sociedad para informar a las personas sobre diferentes temas de importancia para la opción pública como política, cultura, sucesos, deportes, sociales en fin existe una amplia gama de temas importantes para la sociedad. Rey (2000) mencionó lo siguiente:

Los medios son escenarios de representación de lo social y a la vez lugares de circulación de puntos de vista, de sistemas más o menos plurales de interpretación. El carácter de socialización de los medios, en que se suele insistir tanto, tiene que ver

precisamente con esto: más que transmitir creencias, conocimientos, imágenes, prejuicios (que lo hacen y a veces en gran medida), los medios de comunicación promueven modos de interpretación. (p.45)

Es decir, que además de lograr informar a las personas los medios masivos contribuyen a la formación de una opinión general dentro de una sociedad con conocimientos sobre el mundo y la realidad que nos rodea.

En 1972 el científico de la comunicación Pross clasificó los medios de comunicación de la siguiente manera:

Tabla 2. Clasificación de medios según Harry Pross.

Medios primarios / Propios	<p>Los propios son todos aquellos medios que no necesitan de ninguna tecnología para su comunicación.</p> <p>Se consideran masivos cuando un grupo supera los siete integrantes.</p> <p>Ejemplo: un orador, un sacerdote, o una obra de teatro.</p>
Medios secundarios / Máquinas	<p>Es cuando el emisor utiliza la tecnología para emitir el mensaje.</p> <p>Por otro lado, el receptor no necesita la tecnología para recibir el mensaje.</p> <p>Ejemplo: periódicos, revistas, gacetas, folletos.</p>
Medios terciarios / Medios electrónicos	<p>Utiliza la tecnología para enviar y recibir el mensaje, en otras palabras, se necesita de un</p>

	<p>instrumento para descifrar el mensaje.</p> <p>Ejemplo: televisión, radio, telégrafo, teléfono, música.</p>
--	---

Nota: Pross (1972)

Conforme la tecnología va avanzando surge en 1997 una cuarta clasificación creada por Manfred Fabler enfocada en medios digitales, los cuales utilizan la tecnología para comunicarse de forma bilateral y masiva.

De acuerdo con Acosta (2018), los medios digitales “son aquellos formatos a través de los cuales se puede crear, observar, transformar y conservar la información en una gran variedad de dispositivos electrónicos digitales”. (s.p.)

Dentro de esta clasificación se pueden encontrar los siguientes medios: internet, celulares, televisión satelital y la televisión HD.

Medio radiofónico

Después de la llegada de la prensa y el cine, surge la radio como un nuevo medio de carácter informativo. Su fácil uso permite que muchas personas hagan de la radio el medio favorito para mantenerse informado de lo que sucede a su alrededor.

Palazzesi (2010) citado por Hortua (2017) explica que la radio “Es un sistema capaz de emitir y recibir sonidos mediante la modulación de ondas electromagnéticas, fue atribuido al italiano Guillermo Marconi. El ingeniero eléctrico recibió en 1909 el Premio Nobel de Física por el desarrollo de esta tecnología”. (p.34)

En otras palabras, la radio es un aparato capaz de transmitir mensajes a través de las ondas radioeléctricas sin la necesidad de utilizar cables.

Además de informar la radio cumple con otras funciones dentro de la sociedad las cuales se pueden mencionar: persuadir, entretener y formar. Este medio de comunicación surgió de la

incertidumbre política que se vivía en varios países del mundo a causa de las guerras. Lo afirma Cuesta (2012) al decir que la radio:

“El “medio por excelencia” ingresó al escenario político: fue utilizado para promocionar y consolidar ideales y para modificar los paradigmas axiológicos de algunas naciones (es pertinente citar el recurrente ejemplo del partido Nazi y su plataforma de emisoras). Asimismo, la radio estuvo presente en el teatro macabro de la política, la guerra: fue el medio de las etapas prebélica, bélica y posbélica de la Segunda Guerra Mundial.” (p.194)

Adquisición de frecuencias

En Costa Rica rige la Ley n.º 1758 conocida como la Ley de Radio (Servicios Inalámbricos) en la que se establece una serie de requisitos, reglamentos y permisos que se deben seguir para poder adquirir una frecuencia de radio tradicional.

Esperar un período de tiempo para que el gobierno determine si le concede los permisos para la adquisición de una frecuencia o pagar cierta cantidad de dinero, provoca que muchos medios de comunicación opten por difundir información a través del internet.

Radio Monumental cuenta con la frecuencia 93.5 FM en el dial y es una de las seis emisoras que pertenecen a la cadena radiofónica de Central de Radios.

TABLA 3. Emisoras de la cadena radiofónica de Central de Radios.

Radio Monumental	93.5 FM
Z FM	95.1 FM
BEST FM	103.5 FM
EXA FM	102.7 FM
LA MEJOR	99.1 FM
Momentos Reloj	94.3 FM

Nota. Elaboración propia

Al ser un medio gratuito y que además no se necesita cancelar una cierta cantidad de dinero para tener acceso a este, le ha permitido mantener fiel a la audiencia por encima de otros

medios, así lo demuestra un estudio realizado por Sports Illustrated mencionado por Jerez (2014):

La radio es un medio que está casi a la par de la tecnología, lo que hace que se convierta en un medio de comunicación masivo, inmediato y que suple necesidades de personas que prefieren la radio antes que cualquier otro medio, esta preferencia se mantiene incluso por las radios que transmiten en línea. (p.33)

Lenguaje radiofónico

La radio tiene una posición ventajosa en comparación con los demás medios, ya que el ser humano se comunica a través del lenguaje fónico de la lengua, es decir que basa su lenguaje en la emisión de sonido. De acuerdo con Balsebre (1994) mencionado por Cuesta (2012) el lenguaje radiofónico se define como:

El conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por los códigos expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioyentes. (p.195).

A continuación, se presentan las cuatro unidades mínimas del lenguaje radiofónico establecidas por (Balsebre 1994) y sus principales funciones dentro del lenguaje radiofónico.

Tabla 4. Unidades del lenguaje radiofónico y sus funciones

Música	Efectos sonoros	Silencio	La voz
Ordena. Distribuye contenido. Organiza. Genera un clima de emociones.	Describen. Recrean la realidad. Detallan lugares.	Estimula a la reflexión. Representa un estado emocional.	Vínculo de nuestra socialización. Instrumento habitual del pensamiento humano.

Nota. Elaboración propia

Sonidos tan simples como el cantar de un gallo o el sonido de avión permite teletransportarnos al sitio gracias a la combinación de estas unidades que permite al oyente construir una realidad más precisa de lo que acontece. La radio no es un medio visual, pero

ofrece la oportunidad de imaginar los acontecimientos de una forma subjetiva para dar paso a la construcción de imágenes auditivas.

La radio necesita de sus instrumentos específicos para poder funcionar, desde el origen de este medio de comunicación, el ser humano ha buscado diferentes herramientas para llevar a cabo este oficio. Gracias a las nuevas tecnologías y a la inteligencia del humano, se han creado un sinnúmero de instrumentos especializados para desempeñarse en esta profesión, llevando a los hogares programaciones de calidad. De acuerdo con Duarte (2014) estos son algunos de los aparatos utilizados en la radio:

- Ecuilibradores son básicos en un estudio de grabación y que tiene muchas aplicaciones en todos los aspectos de la radiodifusión.
- Filtros: en ocasiones un productor desea eliminar un rango completo de frecuencia. Un silbido, por ejemplo, suele eliminarse un filtro de baja frecuencia.
- Compresores y limitadores de nivel: estos dispositivos suelen encontrarse en el estante del equipo en la cabina de control de la radio.
- Consola de multicanal sencilla: la mayoría las consolas son diseñadas para grabación de música y otras son muy complejas.
- Micrófono: Su función es la de traducir las vibraciones debidas a la presión acústica ejercida sobre su cápsula por las ondas sonoras en energía eléctrica, lo que permite por ejemplo grabar sonidos de cualquier lugar o elemento.
- Grabadora: Su función es almacenar en una memoria interna o externa todo el contenido o sonidos captados. (p.19)

Para escuchar a los medios radiofónicos tradicionales se necesita tener cerca un dispositivo llamado radiodifusión, el cual emite ondas hertzianas y permite la transmisión de sonidos en el espectro radioeléctrico sin la necesidad de cables. Estas ondas viajan de diferentes maneras dependiendo de la frecuencia y la longitud de cada una, el rango de frecuencias va desde los 3 Hz a los 300 GHz.

A continuación, se presenta una tabla en la que se describen los tipos de ondas y sus formas de propagación.

Tabla 5. Tipos de ondas su propagación.

<p>Ondas terrestres o de superficie</p>	<p>Viajan en línea recta pegados a la superficie terrestre y nunca se despegan del suelo. Al no separarse del suelo las posibilidades de presentar obstáculos entre la antena emisora y la antena receptora son casi nulas.</p> <p>Por otro lado, si el terreno es húmedo se da una mayor conectividad.</p>
<p>Ondas reflejadas o ionosfera</p>	<p>Viajan desde la superficie terrestre hacia la ionosfera la cual funciona de espejo, por lo que las ondas rebotan de vuelta a la tierra, esta acción es repetitiva permite alcanzar distancias planetarias.</p> <p>Son mayormente utilizadas por emisoras internacionales debido a su alto alcance.</p> <p>Las ondas cortas o las ondas ionosféricas se encuentran en el rango de 3 a 30 MHz.</p> <p>Las radiocomunicaciones varían en función de la estación de año y momento del día. Por ejemplo, las noches presentan las mejores condiciones ya que la capa es más densa y permite a las ondas llegar más lejos.</p>
<p>Ondas directas o espaciales</p>	<p>Las ondas no se reflejan en la ionosfera, sino que las traspasan.</p> <p>La mayoría son ondas de alta frecuencia con longitudes muy pequeñas.</p> <p>Son más propensas a los obstáculos, es</p>

	<p>por esta razón que se colocan en lugares más altos. Sin embargo, sí se colocan en lugares sin obstáculos las ondas pueden alcanzar distancias impresionantes.</p> <p>A este rango pertenecen las ondas empleadas para transmitir FM y la televisión.</p>
--	---

Nota. Elaboración propia.

Las transmisiones de estas ondas se le conoce de diferentes formas y dependen de la función principal del medio de comunicación, por ejemplo, en las estaciones de radio y a la televisión se les conoce como radiodifusión, a las emisoras de radios, se las llaman servicios de radiodifusión sonora y a las televisoras, servicios de radiodifusión televisiva.

Las emisoras de radio emiten la información por medio de dos frecuencias llamadas frecuencia amplitud modulada y frecuencia modulada, conocidas popularmente por su abreviación AM y FM respectivamente.

Según Rey y Tarres (2013) definen amplitud modulada o AM como:

Una técnica utilizada para transmitir señales de baja frecuencia utilizando un medio físico, que puede ser el aire o un cable. La idea esencial de esta técnica es utilizar una portadora sinusoidal de alta frecuencia cuya amplitud se modifica teniendo en cuenta el mensaje que deseamos transmitir. En esencia, el mensaje que vamos a transmitir queda registrado como la envolvente de la señal de forma que el receptor debe ser capaz de recuperar la forma de onda de la envolvente para poder recuperar el mensaje original. (p.19)

La amplitud portadora se encuentra estrechamente ligada a la señal de entrada, si la señal de entrada tiene una baja amplitud la anchura de la onda portadora se reduce y si hay una alta amplitud la onda portadora aumenta.

De acuerdo con Jerez (2014), los primeros receptores de radio de AM utilizaron un detector de diodo de cristal, sin amplificación, lo que ocasiona poca fidelidad, una variable interferencia dependiendo del estado del tiempo, es decir, la Amplitud Modulada es de baja

calidad para transmitir.” (p.29) Además son más factibles de interferir ya que son más sensibles al ruido por viajar en el aire.

Por otro lado, se encuentra la frecuencia modulada FM la cual según Perna (2010) está definida como:

Un tipo de modulación no lineal o angular en el que la radiofrecuencia instantánea de una señal portadora [Carrier Signal] varía de acuerdo a la amplitud instantánea de la señal moduladora u onda de información [Modulating Signal]. En este particular tipo de tratamiento, la amplitud de onda modulada es constante e igual a la de la onda portadora y es la frecuencia de la portadora la que varía de acuerdo a la onda moduladora aplicada, es decir, si se emplea una moduladora de 100 Hz, la onda modulada se desplaza arriba y abajo 100 veces en un segundo respecto de su frecuencia central de operación. (p.25)

En el caso de la frecuencia modulada cambia la frecuencia de la onda portadora, esto le permite una mayor calidad a la hora de transmitir información. Es por esta razón que la mayoría de estaciones de radio se encuentran dentro del rango FM y no en el rango AM.

Para comprender mejor estos dos términos a continuación, se presentan las principales diferencias entre amplitud modulada y frecuencia modulada.

Tabla 3. Diferencias entre amplitud modulada y frecuencia modulada

Amplitud Modulada -AM	Frecuencia Modulada -FM
La amplitud de la onda portadora se modifica para transmitir la señal de entrada.	Se modifica la frecuencia de la onda portadora.
El rango de frecuencias es de 535 a los 1605 kHz.	El rango es de los 88 kHz hasta los 108 kHz.
Surgió en 1870.	Surgió en 1930.
Es empleada para la radiodifusión de voz.	Mayor calidad de sonido, es por esta razón que es más utilizada para transmitir música.

Se presentan estaciones cada 10 kHz estaciones.	Las estaciones FM son posibles todos los 200 kHz.
Desventaja: la señal se ve afectada por las tormentas eléctricas y otras interferencias de radiofrecuencia.	Desventaja: edificios altos o masas de tierra pueden limitar la cobertura y calidad de FM.

Nota: Elaboración propia.

De acuerdo con Cuesta (2012) mencionando a Lara y Vera (2003) existen tres hechos importantes que marcaron la evolución de la radio, la primera de ella se dio a mediados del siglo XX cuando la radio se convirtió en un instrumento portátil de fácil manejo, la segunda fue producto de los transistores de frecuencia modulada (FM) y por último la tecnología digital la cual renovó la producción, disminuyeron los costos, una mayor cobertura e inmediatez.

La radio en internet

Conforme los años van pasando se da una cuarta revolución la cual ha llegado a transformar a la radio, primero solo se utilizaba la amplitud modulada, después surgió la frecuencia modulada y por último la radio por internet. La primera emisora de radio *online* fue “Internet Talk Radio” en Estados Unidos transmitida por Carl Malumud en 1993.

El internet se ha convertido en un nuevo espacio de comunicación. En la actualidad no existe un documento que regule o autorice el funcionamiento de las radios en la Web con permisos de transmisión, ni las licencias que paga la radio convencional.

Esta herramienta es actualmente empleada por muchos medios radiofónicos para realizar las labores periodísticas a través del internet tanto para aquellas que transmiten solo por internet como para las tradicionales como Radio Monumental.

Transmitir por este medio es totalmente diferente, las formas de producción, distribución y recepción de datos han evolucionado. Antes trabajar en la radio tradicional era necesario tener un equipo de producción con máquinas de sonido, micrófonos y recursos, ahora transmitir por la web les facilita a los diferentes medios informar y difundir grandes contenidos de información a grandes áreas que no se abarcaría a través de los medios tradicionales sin el uso de todos esos recursos.

Las radios *online* son posibles gracias a un *software* que se conecta con el servidor y hace la transmisión del audio desde la computadora al servidor de *streaming* que es donde luego se conectan los oyentes. Según Radios Libres.net (2018) así es como se desarrolla la radio *online*:

Las radios en línea utilizan la tecnología *streaming* que permite transmitir audio (o video) en tiempo real. El funcionamiento básico es así: desde una computadora se transmite audio a un servidor web con un software de *streaming*. Este audio no se queda alojado en el servidor, sino que está pasando continuamente y puedes ser escuchado por cualquier persona en cualquier lugar del planeta en tiempo real mientras se transmite.

La palabra *streaming* traducida a la lengua castellana quiere decir “mandar flujos” de información. Durante la reproducción de un *stream* se permite que una radio emita la señal en tiempo real o directo, sin necesidad de descargar los archivos de audio para escucharlos. De esta manera, se puede transmitir una cápsula musical o hablar por micrófono en una computadora mientras esta transmisión llega en otro lugar casi en directo. Se crea una conexión de transmisión de datos con un retraso de unos pocos segundos, dependiendo del tamaño de los datos y de la conexión de Internet. De esta forma los programas de radio adquieren inmediatez también en el internet.

Tecnologías de la información y comunicación (las TIC)

El uso de nuevas tecnologías es cada vez es más evidente en la sociedad actual: enviar correos, realizar transacciones, entablar una conversación con alguien vía chat, ver noticias son acciones que se pueden realizar desde cualquier parte del mundo gracias a las tecnologías de la información y la comunicación o más conocidas como las TIC.

De acuerdo al portal de la Sociedad de la Información de España, las tecnologías de la información y la comunicación se definen como: “Tecnologías que se necesitan para la gestión y transformación de la información, y muy en particular el uso de ordenadores y programas que permiten crear, modificar, almacenar, proteger y recuperar esa información”.

En palabras más sencillas las TIC son canales que permiten el acceso, producción, tratamiento y transmisión de información presentada de diferentes formas ya sea en texto, imagen o sonido mediante el internet.

Hipertexto

En 1965 la palabra hipertexto fue bautizado por Ted Nelson con el nombre de Xanadú. El hipertexto permite a las personas acceder de un espacio a otro sin la necesidad de seguir un orden establecido.

Tejada (2007) asocia los hipertextos con:

Texto que se puede leer en un orden distinto a lineal donde es el lector quien tiene el poder de decidir por dónde empezar y hacia dónde dirigirse dentro del texto sin necesidad de seguir la estructura propuesta por el autor. (p.4)

Hipermedia

Zapata mencionado por Tejada (2007) lo define en su artículo Hipermedia y comunicación. Un análisis a la luz del pensamiento, de la siguiente manera:

Hipermedia no es un producto, sino un procedimiento. Es el uso del hipertexto para virtualizar a los medios audio, visual, textual, animado y audiovisual, y es virtual porque es en la red; sin hipermedia no hay red. Dicho de otra forma: si hay red, si hay inmersión en lo virtual, existe la hipermedia. Es procedimiento en movimiento constante; lo que circula en ella, siempre se está presentando. (p.6)

Para comprender mejor la definición expuesta anteriormente se presenta la siguiente tabla.

Tabla 7. Definición de hipermedia.

Hipertexto	Rutas de navegación elegida a su propio criterio.	= Hipermedia
+ Multimedia	Audio Video Imagen Fija Animación	

Nota. Elaboración propia.

Sitio Web

Los sitios web se encuentran dentro del internet donde se produce la comunicación virtual. Estos sitios web o también llamadas páginas web se encuentran diseñados de acuerdo a las diferentes necesidades de los visitantes, además dentro de la página se presentan diferentes acciones o servicios para que los visitantes cumplan la necesidad de información y comunicación.

Para comprender de una mejor manera se menciona a Alonso (2008), quien define al sitio web de la siguiente forma:

Un sitio web es una estructura de información y/o comunicación generada en el nuevo ámbito o espacio de comunicación (Internet), creado por la aplicación de las tecnologías de la información (tecnologías de creación, mantenimiento y desarrollo de los sitios web), que posee dos elementos fundamentales (acciones de los sujetos y contenidos) y en donde se plantean un conjunto de prestaciones que los usuarios que visitan dicho web pueden ejercitar para satisfacer una o varias necesidades que posean. (p.231)

Por otro lado, Alvarado (2017) menciona el concepto del manual explicativo de la creación de sitios web de la Universidad de Murcia. (sf). Explica que:

Los documentos web o también llamados páginas web pueden estar localizados en diferentes sitios de Internet, estos sitios son llamados servidores web. De manera que un documento WWW puede contener enlaces a otros documentos que se encuentran en el mismo servidor Web o en otros servidores Web, logrando así formar una telaraña mundial de información (p.33).

La Web ofrece una gran diversidad de páginas con contenidos multimedia asociados a un sinnúmero de temas, los contenidos se guardan y pueden ser consultados cuando la persona lo desee de esta forma el internet se convierte en un gran archivador.

Podcast

Los podcasts son plataformas que permiten al usuario acceder y descargar en el momento que desee los distintos contenidos multimedia.

García y González definen el término podcast como:

El término podcast surge como contracción de las palabras iPod y broadcast [transmisión]⁵ y se utilizó por primera vez en un artículo titulado 'Audible Revolution', publicado en la edición digital de The Guardian en febrero de 2004. En este artículo se hablaba de una "revolución del audio amateur" que, aunque inicialmente se referiría a las emisiones de audio, posteriormente se ha usado de forma común para referirse a emisiones multimedia de vídeo y/o audio. (p.2)

Normalmente los medios de comunicación procuran tener un sitio web oficial para que las personas tenga acceso a toda la información y programas que se transmiten en los medios tradicionales si fuera el caso que no pueden escucharlo en tiempo real.

Redes sociales

La producción y distribución de información en los medios radiofónicos ha cambiado desde la aparición de las nuevas tecnologías de información. Las personas ven en las redes sociales un espacio interactivo de opinión, información, socialización y que permiten al medio de comunicación estar más cerca del oyente.

De acuerdo con Celaya (2008) mencionado por Hutt (2014) “Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos”. (p.123)

La cobertura representa una de las características más importante de las redes sociales a nivel global, tanto personas como empresas ven en las redes sociales grandes opciones de comunicación además de que existen distintos tipos de redes sociales las cuales están dirigidas a públicos específicos.

FACEBOOK

Facebook o Facemash como se llamaba originalmente es la mayor red social a nivel mundial, se estima que cuenta con 2 millones de usuarios de 70 lenguas diferentes. Esta red comenzó a existir el 4 de febrero del 2003 dentro del cuarto de Mark Zuckerberg, Chris Hughes, Dustin Moskovitz y Eduardo Saverin quienes en ese entonces eran estudiantes de la Universidad de Harvard.

Todo empezó cuando “Facemash” se utilizaba con el propósito de seleccionar las estudiantes más atractivas de la universidad, los creadores de esta red social enfrentaron

grandes problemas penales por el uso inapropiado que le estaban dando a este sitio web, años después en el 2005 se pasó a llamar oficialmente como Facebook.

Las opciones que tienen las personas para interactuar en esta red social son bastantes amplias se puede construir un perfil, encontrar personas, pertenecer a grupos de interés, compartir contenido, enviar y recibir mensajes, anuncios entre otros. El requisito principal para las personas que desean adquirir una cuenta, es que tienen que ser mayores de 13 años.

TWITTER

Es un servicio de *microblogging* creada por Jack Dorsey desde marzo del 2006. La red cuenta con más de 500 millones de usuarios alrededor del mundo. En la plataforma los usuarios envían públicamente mensajes de texto con un máximo de 280 caracteres llamados *tweets* los cuales aparecen en la página principal del usuario. Además, los usuarios pueden suscribirse a los tweets de otra persona, cuando se da esta acción los usuarios se convierten en seguidores.

Multimedia

El nuevo modelo de escucha y consumo radiofónico se caracteriza por combinar los modelos tradicionales con las nuevas posibilidades que se encuentran en el mundo digital. El periodista debe aprovechar y sacar la mayor ventaja a la evolución de este medio para lograr captar la atención de sus usuarios.

El contenido multimedia juega un papel importante ya que son utilizados en diferentes ámbitos, pero su principal objetivo es comunicar. Por ejemplo, en el sitio web donde se transmite se puede agregar audios, videos, fotografías, programas que ya salieron al aire, encuestas y hasta una *webcam* para que el usuario vea donde se realiza el programa. La integración de estos medios le dan más fuerza al mensaje que se desea transmitir.

Los contenidos multimedia son transmitidos a través de un soporte físico, entre las principales herramientas de apoyo que utiliza un periodista digital para realizar su trabajo son las siguientes: computadora portátil o de escritorio, la grabadora de voz, una cámara digital que permite grabar videos y capturar fotos de alta calidad y teléfono celular para enviar archivos multimedia a través del internet.

Sin duda alguna, el internet le dio un giro completo a la radio tradicional, trajo consigo nuevos formatos y nuevas modalidades de trabajo que le permiten al locutor estar más cerca del oyente. Todos estos cambios han ocasionado un rediseño del perfil del comunicador, ha

aprendido nuevas técnicas de trabajo que le permite día a día cumplir con las expectativas que tiene el usuario con respecto a la radio.

Perfil del comunicador

La aparición de las nuevas tecnologías de información originó nuevos cambios importantes en el perfil del periodista. Las formas de trabajo tanto en la radio tradicional como en la radio *on-line* son distintas, es por esta razón que el comunicador ha tenido que enfrentar una serie de cambios desde la aparición de las nuevas tecnologías de información implementadas en el periodismo radiofónico.

De acuerdo Sáenz, (2011) la función del periodista se entiende de la siguiente forma:

El perfil del periodista debe poseer habilidades para redactar notas informativas, realizar entrevistas, reportajes, ejercitar la crónica. Por lo tanto, todo aquel que hace del periodismo su principal actividad, cualquiera que sea su especialidad, es considerado periodista. (p. 13)

El periodista radiofónico debe dominar la ortografía, la morfología, la sintaxis y un amplio vocabulario ya que el mensaje es la principal exigencia del periodista radiofónico, para lograr transmitirlo adecuadamente, debe saber escribir y narrar de acuerdo con los objetivos que se desean alcanzar en cada momento.

La seguridad del periodista se debe ver reflejada en la seguridad de la voz y en el adecuado manejo de los elementos sonoros que determinan la capacidad expresiva de cada comunicador en los programas que ofrece. El manejo de integral de todos los elementos sonoros son los que determinan si el relato radiofónico es interesante para el oyente.

Con el surgimiento de medios digitales el perfil del comunicador se ha modificado, además de tener la capacidad de redactar en los diferentes géneros periodísticos que existen y de tener la capacidad de realizar locuciones en medios radiofónicos, se les exige conocer sobre el manejo de las diferentes plataformas de gestores de contenidos como recursos para la elaboración de noticias.

Los nuevos modelos comunicativos que surgen en la red demandan una entrega y distribución de la información de una forma más veraz en comparación con los medios

tradicionales. En consecuencia, las rutinas tradicionales del periodismo cambian y empiezan a desarrollarse con la ayuda de la tecnología, el periodista se adapta y realiza las rutinas de trabajo mezclando la información con la tecnología para crear contenido multimedia, multilínea, personalizado e interactivo.

De acuerdo con Cumes (2013) citada por Duarte (2014) las principales responsabilidades que tiene el periodista digital son:

- Redactar las noticias que se transmiten al aire y publicarlas en las diferentes redes sociales como lo son Twitter y Facebook.
- Redactar de una forma más completa la noticia que es transmitida al aire, y publicarla en la página digital del noticiero.
- Grabar los audios que salen en directo notas ya grabadas para posteriormente ser publicadas en la página digital del noticiero.
- Incorporar imágenes que pueden ser proporcionadas por alguna fuente o fotografías que son tomadas por el reportero del noticiero, para ser adjuntadas a la información que se publique en la página de Internet del medio de comunicación. (p.16)

Aspectos positivos de la radio *online*

Este avance tecnológico ha permitido que cada día crezca la comunidad de emisoras en la web, debido a que en la versión *online* las frecuencias no se agotan y le permite al usuario escuchar más variedad de emisoras entre la amplia gama de estaciones que existen en línea. De acuerdo con Aguiar (2009):

La radio por Internet, ha añadido más variedad a la estructura de las emisiones que la tradicional emisión por antena: el público tiene acceso a una mayor diversidad de formatos, canales e idiomas distribuyendo su programación y contenido a cualquier parte. (p.15)

Cobertura mundial

La radio tradicional utiliza la amplitud modulada y la frecuencia modulada para transmitir información las cuales tienen las distancias como principales limitantes. De acuerdo con Aguiar (2009) la radio *online*:

Tiene un cubrimiento global, donde quiera que haya conexión a Internet se puede escuchar la emisora, así estemos lejos del país de origen de la señal. En la radio análoga, sólo es posible escucharla en la ciudad de origen; ello depende de la potencia de transmisión que se le haya concedido en su licencia de funcionamiento. (p.24)

Esta herramienta permite escuchar emisoras a pesar de que se encuentren a largas distancias o en diferentes partes del mundo sin necesidad de tener radio. Años atrás sino se tenía un aparato radiofónico no se podía escuchar la radio, en cambio hoy en día las personas pueden ingresar a la radio través de sus celulares y computadoras con ayuda del internet.

Inmediatez

En el caso de la radio en línea se puede transmitir información desde cualquier lugar donde exista una conexión a internet y un pequeño equipo informático. La inmediatez en el periodismo es una de las características más importantes a la hora de realizar la labor periodística, los profesionales de la comunicación utilizan el internet como recurso principal para que la información viaje de una forma más rápida a los oyentes.

Segmentación de públicos

La radio online permite llegar a los usuarios que realmente son importantes para el medio; de acuerdo con Jerez (2014) “La sociedad cambia, las funciones de la radio también, esto ocasiona el surgimiento de la radio llamada “segmentada”, así lo requiere la sociedad que día a día se involucra más en determinados temas, necesidad que es aprovechada por las radios actuales”. (p.31)

La segmentación de audiencias hace posible realizar una programación más personalizada de acuerdo a los intereses, gustos y necesidades de un público en específico.

Mayor interacción

Existen otros aspectos positivos de transmitir por internet, se incrementó la posibilidad de interactuar más con el usuario a través de las nuevas plataformas. De acuerdo con Meneses (2007) la palabra interacción es entendida como: “Una acción o influencia mutua o recíproca,

un proceso social a través del cual los individuos y los grupos se estimulan y relacionan los unos con los otros.” (p.66)

Antes era muy común escuchar en las emisoras en los que el locutor realizaba una dinámica en la que el oyente era partícipe del programa a través de llamadas, cartas o correos electrónicos. Ahora el oyente es partícipe de este proceso bidireccional a través de las redes sociales como el WhatsApp, Martínez-Costa y Prata (2017) mencionan un ejemplo en Brasil de esta implantación en la radio:

El reportero Marcos Wor creó una radio que sólo existe en un grupo en WhatsApp, la Rádio Voice. A medida que cada participante del grupo solicita la ejecución de una canción, Marcos habla sobre la solicitud y envía la música a todos. Así los “oyentes” descargan y escuchan la música. Para advertir que el programa se iniciará, el locutor cambia el estado del grupo de radio en “el aire”, y cuando cambia, vuelve de nuevo a la posición “off. (p.117)

III Capítulo Marco Metodológico

El siguiente capítulo presenta el procedimiento de cómo serán abordados los diferentes elementos contemplados, para poder responder a la pregunta y objetivos establecidos de la investigación. Además, se establece el tipo de investigación, el enfoque, el diseño, el método, la muestra de la investigación, los sujetos y las variables o unidades de análisis que se utilizará en la investigación.

De acuerdo con Hernández et al. (2014) el término de método está definido “Como el conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplica al estudio de un fenómeno o problema”. (p4). Es decir, es el modo de tratar la información de la investigación para poder alcanzar los objetivos y dar con la verdad de una manera más ordenada.

Toda investigación debe contar con un método de investigación, el cual se emplea de acuerdo con lo que se desea lograr en el estudio. La aplicación de esta guía permite la obtención de resultados coherentes de una forma más precisa.

Enfoque

En el siguiente apartado se mostrarán los diferentes enfoques que se pueden emplear en una investigación, además se justifica la razón por la cual se seleccionó el enfoque mixto para llevar a cabo el trabajo propuesto.

Según Ruiz (2011) el enfoque es un término que se define como un:

Proceso sistemático, disciplinado y controlado y está directamente relacionada a los métodos de investigación que son dos: método inductivo generalmente asociado con la investigación cualitativa que consiste en ir de los casos particulares a la generalización; mientras que el método deductivo, es asociado habitualmente con la investigación cuantitativa cuya característica es ir de lo general a lo particular. (p.152)

Existen tres tipos de enfoques los cuales son: el enfoque cualitativo, el enfoque cuantitativo y el enfoque mixto. A pesar de que en todos los enfoques existen aspectos similares para ir desarrollando la investigación, cada uno tiene instrumentos diferentes que los identifica y que además se utilizan de acuerdo a como se vaya realizado la recolección de datos y de esta forma sacar las conclusiones de la investigación.

A continuación, se presenta una tabla con las principales similitudes que existen entre enfoques.

Tabla 8. Principales similitudes entre enfoques.

Llevar a cabo la observación y la evaluación de fenómenos.
Establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas.
Muestran el grado en que las suposiciones o ideas fundamentadas.
Revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis.
Y por último proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar y fundamentar las suposiciones e ideas; o incluso para generar otras.

NOTA. Hernández et al. (2016, p.4)

Las investigaciones de enfoque cualitativo nacieron en los años 60 en Estados Unidos y Gran Bretaña, con el objetivo principal de rediseñar la realidad de un tema tomando en cuenta las diferentes perspectivas de los actores y elementos que intervienen en este fenómeno.

De acuerdo con Hernández et al. (2014), el enfoque cualitativo “utiliza recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación y puede o no probar hipótesis en su proceso de interpretación” (p.6). Este enfoque es empleado para descubrir y plantear nuevas incógnitas en la investigación con la información recolectada, al darle más profundidad a los datos, se obtiene un mejor sentido a la información explicando más allá de lo simple.

En el enfoque cualitativo se utilizan entrevistas, observaciones, imágenes, anécdotas, historias, y situaciones en la vida de los participantes del fenómeno estudiado para la recolección de información.

Por otro lado, se encuentra el enfoque cuantitativo el cual recolecta y analiza la información para descubrir nuevas preguntas en el proceso de interpretación. Este enfoque emplea la recolección y análisis de datos para responder las interrogantes del estudio y de esta forma prueba las hipótesis planteadas anteriormente.

Según Hernández et al. (2014) mencionados por Álvarez (2017) dice que:

Es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos. El orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se traza un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extraen una serie de conclusiones respecto de la o las hipótesis. (p.32)

Este tipo de enfoque utiliza la medición numérica, el conteo, estadísticas, encuestas o algún otro tipo de instrumento para probar los datos de una manera cuantificable o numérica.

Después de haber definido los tipos de enfoques y se conocen las diferentes características de cada uno de ellos, se determinó que para el tema en estudio es necesario implementar los dos tipos de enfoques el cualitativo y el cuantitativo. Por lo que el enfoque de esta investigación será mixto porque es el mejor que se adecua a los objetivos que se desean alcanzar.

El enfoque mixto realiza una mezcla entre el enfoque cualitativo y el enfoque cuantitativo para lograr cumplir con el objetivo de la investigación. Este enfoque emplea gran variedad de datos para poder explicar el problema de estudio. Además, la información que se emplea en los métodos mixtos pueden ser datos numéricos, verbales, textuales, visuales, simbólicos y de otras clases para entender el problema.

La investigación es mixta debido a que se van a utilizar datos numéricos, textuales, visuales y simbólicos, para la comprender el impacto que han tenido las nuevas tecnologías en Radio Monumental.

Por otro lado, la entrevista será uno de los instrumentos que servirá para entender el cambio que ha sufrido el perfil del comunicador radiofónico ante las nuevas tecnologías, así como el proceso evolutivo de la radio desde sus orígenes hasta la actualidad. Se utilizará la observación para conocer los nuevos recursos que se utilizan en Radio Monumental, para estos dos últimos objetivos es necesario emplear el enfoque cualitativo.

Diseño

En este segmento se explica cómo se llevará a cabo la investigación, es decir la guía que permitirá responder a las preguntas realizadas en el estudio, esto permite seleccionar las posibles herramientas que se van a utilizar para obtener información para la investigación.

De acuerdo con Hernández et al. (2014) el término diseño se refiere “Al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de resolver al planteamiento del problema” (p. 128). En el diseño se establece el procedimiento de cómo se van aplicar los instrumentos para obtener las respuestas a las interrogantes planteadas. Para eso es importante utilizar el diseño que más se adapte a la investigación, y en consecuencia obtener mejores resultados y conocimientos.

Las investigaciones de enfoque mixtos cuentan con una serie de diseños que mezclan los procesos cualitativos y los procesos cuantitativos. Entre los que se encuentran: DEXPLOS, DEXPLIS, DITRIAC, DITRAS, DIAC, DIACNIV, DISTRAC y DIM. Después de conocer los diferentes tipos de diseños que tienen las investigaciones mixtas se llegó a la conclusión de utilizar el diseño exploratorio secuencial (DEXPLOS).

En este diseño se inicia con la recolección de datos cualitativos y seguidamente se recolectan y se analizan los datos cuantitativos. Así lo explica Hernández et al (2014) este diseño “implica una fase inicial de recolección de datos cualitativos y luego otra donde se recaban y analizan datos cuantitativos” (p. 551).

Hay dos modalidades del diseño atendiendo a su finalidad la derivativa y la comparativa. En el caso de esta investigación se implementará la modalidad de diseño de acuerdo al objetivo específico, debido a la explicación de Hernández et al. (2014) mencionada por Álvarez (2017):

En este caso, en la primera fase se recolectan y analizan datos cualitativos para explorar un fenómeno, generando una base de datos; posteriormente, en una segunda etapa se recolectan y analizan datos cuantitativos y se obtiene otra base de datos (esta última fase no se construye completamente sobre la plataforma de la primera, como en la modalidad derivativa, pero si se toman en cuenta los resultados iniciales: errores en la elección de tópicos, áreas complejas de explorar, etc.). Los descubrimientos de ambas etapas se comparan e integran en la interpretación y elaboración del reporte de

estudio. Se puede dar prioridad a lo cualitativo o a lo cuantitativo, o bien otorgar el mismo peso, siendo lo más común lo primero. (p.65)

En la investigación se realizaron primero las entrevistas de profundidad, este instrumento es utilizado en estudios cualitativos. Después de realizar este procedimiento se llevará a cabo el análisis de los datos obtenidos de observación de los instrumentos empleados en la parrilla de programas de Radio Monumental; y por último se analizaron los datos obtenidos de la encuesta.

El orden de este procedimiento permite transcribir, analizar e interpretar los datos obtenidos para brindar conclusiones y recomendaciones de acuerdo a los datos de cada instrumento aplicado.

Tipos de investigación

Después de haber definido el diseño el paso que sigue corresponde a la determinación del alcance que llevará el estudio, el cual dependerá directamente de la estrategia de la investigación. Existen cuatro alcances que se pueden tomar en cuenta en una investigación los cuales son: exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo. Para comprender mejor cada alcance, a continuación, se presenta una tabla con la definición de cada uno de ellos.

Tabla 9. Alcances y definiciones.

Alcance Exploratorio	Se realizan cuando el objetivo 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 solo 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.
Alcance Descriptivo	Busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan estas.
Alcance	Pretende responder a preguntas de investigación. Este tipo de

Correlacionales	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 solo se analiza la relación entre dos variables, pero con frecuencia se ubican en el estudio vínculos entre tres, cuatro o más variables.
Alcance Explicativo	Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables.

NOTA. Hernández et al. (2016pp.91-96)

La investigación tiene un alcance exploratorio, ya que Radio Monumental no ha sido objeto de estudio para otra investigación. De esta forma se podrá comprender de una mejor manera la adaptación de Radio Monumental en la radio moderna. Además, ayuda a entender el porqué de los recursos utilizados por Radio Monumental para realizar las diferentes labores.

Población

Para comprender mejor la definición de población se tomó como referencia el concepto mencionado por Cervantes (2013) en el cual describe el concepto de población de acuerdo a Hernández et al (2014) como “El conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”. (p.98)

Para efectos del presente estudio se determinó que la población que cumple con los requisitos para la investigación y que se utilizará en la investigación será el personal que trabaja o que han trabajado en la emisora Monumental, debido a que ellos más que nadie conoce la evolución que ha tenido la radio, los cambios que han enfrentado como comunicadores.

Muestra

Para la investigación se tomará en cuenta cierta cantidad de personas quienes representarán a la población del estudio a desarrollar. A este grupo de personas se les conoce como muestra. De acuerdo con Hernández (2014) la muestra es:

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. (p.173)

Al ser tan amplio el área de estudio se debe delimitar la población escogiendo una muestra como representación simbólica de esta. Para proceder a delimitar la muestra se toma en cuenta dos tipos de muestras las cuales son probabilísticas y las no probabilísticas.

Hernández et al. (2014), explica sobre estas muestras que:

Las muestras probabilísticas, todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos para la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de muestreo/análisis. (p. 175)

Por otro lado, en las muestras no probabilísticas, los elementos de una población no tienen las mismas posibilidades de ser elegidos, sino que las probabilidades de ser escogidas dependen de las características, propósitos y criterios del investigador. De acuerdo con Hernández et al. (2014) “Elegir entre una muestra probabilística o una no probabilística depende del planteamiento del estudio, del diseño de investigación y de la contribución que se piensa hacer con ella.” (p. 176).

En la actual investigación la muestra es no probabilística, ya que se desea averiguar la adaptación que ha tenido este medio de comunicación con respecto a las nuevas tecnologías de información y para lograr conocer este dato se tomará en cuenta una muestra de la cantidad del personal que trabajan en la emisora de estudio.

Otro punto importante que se desea investigar es el cambio que ha tenido el perfil del comunicador en el ámbito radiofónico. Para lograr conocer este dato, se obtendrá la opinión de expertos en el tema radiofónico, periodistas que trabajan o hayan trabajado en Radio Monumental, quienes tienen suficiente experiencia para transmitir datos esenciales a la investigación. En este caso se utilizó la entrevista como instrumento para adquirir la información que se desea y estas serán aplicadas en una muestra no probabilística.

De acuerdo con Johnson (2014), Hernández-Sampieri et al. (2013) y Battaglia, (2008b); mencionados por Hernández, et al. (2014) explican que “la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la

investigación o los propósitos del investigador” (p.176) Las muestras de este objetivo serán escogidos bajo criterios y características que favorecen a la investigación.

El estudio se centra en el medio de comunicación Radio Monumental en la transformación a la radio moderna y la adaptación de las nuevas tecnologías a la hora de realizar las labores periodísticas. Para conocer los recursos de trabajo que utiliza esta radio *online*, se implementó la observación como instrumento para recopilar la información. Al igual que el punto anterior, se utilizará a Radio Monumental como muestra.

Unidades de análisis o variables de análisis

Las unidades de análisis definidas de acuerdo con Barrantes (2002) es “Todo rasgo, cualidad o característica cuya magnitud puede variar en individuos, grupos u objetos. Es todo aquello que se va a medir, controlar y estudiar en una investigación.” (p. 137)

En la presente investigación se reconocen como variables: opinión pública, perfil del periodista y las tecnologías de la información y comunicación (TIC). A continuación, se presenta una tabla con estas variables, las cuales se encuentran asociadas a los objetivos planteados al inicio de la investigación.

Tabla 10. Unidades de análisis

Objetivo	Variable o Unidad de Análisis	Variable Conceptual	Variable Operacional	variable instrumental/
Mostrar la adaptación de la opinión pública a las nuevas tecnologías.	Opinión pública	El autor Sopena (2008) menciona la definición de opinión pública	La implementación de la variable operacional	Encuesta

		<p>de Habermas (1973) la cual explica lo siguiente: “Por espacio público entendemos un ámbito de nuestra vida social, en el que se puede construir algo así como opinión pública. La entrada está fundamentalmente abierta a todos los ciudadanos. En cada conversación en la que los individuos privados se reúnen como público se constituye una porción de espacio público. [...] Los ciudadanos se comportan como público, cuando se reúnen y</p>	<p>facilita comprender la aceptación que ha tenido la radio moderna en la sociedad a través de una pequeña encuesta que se realizará a las personas por medio de las redes sociales.</p>	
--	--	---	--	--

		<p>conciertan libremente, sin presiones y con la garantía de poder manifestar y publicar libremente su opinión, sobre las oportunidades de actuar según intereses generales. En los casos de un público amplio, esta comunicación requiere medios precisos de transferencia e influencia: periódicos y revistas, radio y televisión son hoy tales medios del espacio público” (p.6)</p> <p>Price (1994) dice que "No significa, sin embargo, que "opinión</p>		
--	--	---	--	--

		<p>pública" sea algo, en ningún sentido, carente de significado. El concepto continúa utilizándose en investigación, en artículos sobre el gobierno, y en explicaciones de la conducta social humana, tanto desde el punto de vista científico como desde cualquier otro. Y el propio hecho de su uso continuado puede considerarse como firme testimonio de la existencia del significado." (p.18)</p>		
Comprender los cambios que ha sufrido el perfil de comunicador	Perfil del periodista	De acuerdo con Sáenz (2011) "El perfil del periodista debe	Se realizarán entrevistas para conocer los cambios que han	Entrevista

<p>ante las nuevas tecnologías.</p>		<p>poseer habilidades para redactar notas informativas, realizar entrevistas, reportajes, ejercitar la crónica. Por lo tanto, todo aquel que hace del periodismo su principal actividad, cualquiera que sea su especialidad, es considerado periodista”. (p. 16).</p>	<p>tenido los profesionales de la comunicación con respecto a la producción y transmisión de las labores periodísticas.</p>	
<p>Determinar los nuevos recursos tecnológicos en Radio Monumental.</p>	<p>Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)</p>	<p>Cabero (1998) “En líneas generales podríamos decir que las nuevas tecnologías de la información y comunicación son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la</p>	<p>Para comprender la evolución que ha tenido la Radio Monumental se pretende realizar una observación que permita conocer los nuevos</p>	<p>Observación</p>

		<p>microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no solo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e interconexas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas".</p> <p>(p.198)</p>	<p>instrumentos y funciones empleados por parte del personal de la emisora para la realización de sus labores.</p>	
--	--	--	--	--

Nota. Elaboración propia.

Instrumentos

En la siguiente sección se presentan los instrumentos que se utilizarán para la recolección de información. La investigación al ser mixta puede utilizar instrumentos cualitativos y cuantitativos, pero estos son escogidos de acuerdo a los objetivos de la investigación. Estos instrumentos permiten identificar con facilidad los datos más relevantes para la investigación, es por esta razón que es importante utilizarlos de forma ordenada y en consecuencia analizar los datos de la forma correcta.

De acuerdo con lo expresado por Rodríguez (2008), “Las técnicas son los medios empleados para recolectar información, entre los que destacan la observación, cuestionario, entrevistas, encuestas”. (p.10).

A continuación, se presentan los instrumentos que se utilizarán para el desarrollo de la investigación.

Entrevista de profundidad

Uno de los instrumentos que se emplearán para la recolección de información en la investigación es la entrevista de profundidad, la cual está definida por Hernández et al. (2014) 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)

En otras palabras, la entrevista de fondo es un diálogo cara a cara entre entrevistador y entrevistado, que es empleada para conocer más a fondo sobre un tema a través de las preguntas. De acuerdo con Hernández (2006) “El entrevistador realiza su labor con base a una guía de preguntas específicas y se sujeta exclusivamente a esta”. (p.418)

Las interrogantes de la entrevista serán elaboradas de acuerdo con la información que se desea obtener. Para que la entrevista se desarrolle de la manera correcta las entrevistas se realizarán en un ambiente cálido para que el entrevistado se sienta cómodo y responda al entrevistado las preguntas. En las entrevistas se agregaron algunas preguntas que surgieron durante la búsqueda de información, lo cual permite profundizar algunos temas de interés para la investigación.

Las entrevistas serán grabadas para lograr captar detalladamente aspectos importantes del entrevistado que sobresalgan en la entrevista, además se apoyará la labor de investigación con herramientas como grabadoras de voz y una libreta de apuntes para realizar anotaciones cuando se esté aplicando este instrumento. Esto debido a la recomendación brindada por Robles

(2011) citando a Grinnell (1997) y a Hernández (2003) cuando dice que “Es importante hacer anotaciones continuas en la libreta de campo, pues la comunicación, tanto verbal como no verbal, es clave, por lo que es conveniente dar cuenta de los detalles”. (p.44)

Las entrevistas serán aplicadas a profesionales de la comunicación quienes conocen ampliamente sobre el tema radiofónico, los seleccionados son del área de comunicación radiofónica que trabajan en Radio Monumental. Los entrevistados seleccionados han tenido experiencia en radio han vivido la evolución de este medio desde la implantación del internet y además tienen una visión más amplia del manejo de las nuevas tecnologías en la radio. Son personas que cumplen diferentes funciones dentro de Radio Monumental o en algún momento de sus vidas se encontraban ligados a esta emisora.

La entrevista está compuesta de preguntas se encuentran asociadas a las experiencias vividas por parte de los entrevistados en el medio radiofónico y la respuesta que ha tenido el público con respecto a la adaptación del medio radiofónico tradicional al moderno.

La siguiente tabla presenta los nombres de las 10 personas que fueron elegidas para la aplicación de este instrumento, edad y el puesto que representan dentro del mundo radiofónico esto con el fin de ver la adaptación de las nuevas tecnologías de información desde los diferentes ámbitos técnicos, administrativos, deportivos, noticiosos y humorísticos.

Tabla 11. Personas seleccionadas para la aplicación de entrevistas de profundidad.

Nombre	Edad	Puesto	Género Periodístico
Hernán Azofeifa		Gerente de Central de Radios	ADMINISTRATIVO
Víctor Manuel Peralta	33 años de experiencia	Técnico de Sonido de Central de Radios.	Técnico

Marvin Ballesteros	30 años y 2 años en Radio Monumental	Técnico de Sonido de Central de Radios.	Técnico
Miguel Cortéz	73 años 15 años de trabajar en Monumental.	Periodista en el programa deportivo Oro Y Grana	Deportes
Norval Calvo	48 años	Periodista en Pelando el Ojo	Humor
Harrick McCleen	27 años trabajando en Radio Monumental	Periodista deportivo en 120 minutos	Deportes
Álvaro Villalobos	60 años	Periodista y Director de Radio Monumental en el periodo de 1994 a 1996	Administrativo
Febe Cruz	27 años	Jefa de Redacción, de Noticias Monumental	Noticiero
Daniel Martínez	28 años	Periodista deportivo en el programa Escenario Deportivo	Deportes
Roger Soto	59 años	Técnico de Sonido en La Cámara Nacional	Técnico

		de Radiodifusión de Costa Rica (CANARA)	
--	--	---	--

Encuesta

Otro de los instrumentos que se utilizarán en la investigación es la encuesta. Antes de realizar la encuesta es necesario crear un cuestionario, de acuerdo con Hernández et al. (2014) los cuestionarios están definidos 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 aportarán opiniones calificadas con el fin de resolver ciertas problemáticas de producción. (p. 306)

Para el desarrollo de esta investigación se realizará un cuestionario de 11 preguntas para conocer la perspectiva y la respuesta que han tenido las personas con respecto a la adaptación de la radio moderna. Entre las variaciones de las preguntas, estarán de tipo de selección múltiple y respuesta breve. Esta encuesta se realizará a las personas a través de Facebook y WhatsApp.

Observación

La observación será otro de los instrumentos que se utilizarán en esta investigación. De acuerdo con Hernández et al. (2014) 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.” (p. 399)

Los sujetos de estudio serán los programas que brinda el medio de comunicación. El instrumento será aplicado a los periodistas quienes serán observados cuando realizan las labores periodísticas es decir durante la transmisión de los programas que representan. Por ejemplo, las transmisiones *online*, en la creación de contenido para la radio, guiones, ediciones y demás trabajos que ejecuten. Esto permite conocer los recursos que se han dejado de usar en la radio tradicional para darle a las nuevas herramientas de la radio moderna, como los utilizan, para qué sirven y el porqué de su utilización.

La implementación de este instrumento se justifica en uno de propósitos esenciales de la observación, como lo mencionada por Hernández et al. (2014) en la cita de Miles, Huberman y Saldaña (2013) y Jorgensen (1989) “Comprender procesos, vinculaciones entre personas y sus situaciones, experiencias o circunstancias, los eventos que suceden al paso del tiempo y los patrones que se desarrollan.” (p. 399)

Este instrumento se desarrollará de forma participativa moderada, es decir que el investigador solo interviene en el campo de estudio en algunas actividades, no en todas. Esto con el fin de comprender mejor la situación en caso de que se presente alguna duda o inquietud durante el desarrollo de la observación.

Referente institucional

Radio Monumental

La siguiente sección presenta la información más importante del medio de comunicación seleccionado para la investigación. El medio de comunicación elegido como se ha mencionado anteriormente es Radio Monumental, fundado en Tibás en 1929 por Gonzalo Pinto Hernández. Luego del fallecimiento de su fundador Leonel Pinto queda a cargo de la emisora y decide trasladar al medio de comunicación a San José.

La emisora se dio a conocer al pueblo costarricense a través de una pizarra colocada en las afueras del edificio, la cual tenía escritas las informaciones más relevantes del día y se transmitían en el primer noticiario llamado La Palabra de Costa Rica, noticiero que se mantuvo al aire por más de 30 años.

Otras de las peculiaridades de este medio de comunicación era una sirena, la cual sonaba cuando se daba un evento importante, además el edificio contaba con un balcón que era visitado por personajes distinguidos en esa época; es por esta razón que las personas llamaban al edificio como la “Esquina de los grandes acontecimientos”. Además, Radio Monumental siempre se ha caracterizado por llevar la delantera en materia de recursos técnicos y tecnología para la transmisión de información.

Radio Monumental dio sus primeros pasos bajo el nombre de Grupo Monumental considerado el grupo radiofónico más consolidado de Costa Rica no solo ofrecía emisoras, sino que también se alquilaban espacios como: Radio Fabulosa y Radio Favorita las cuales transmitían en 780 AM y hoy en día en esa frecuencia se transmite Radio Managua.

A continuación, se presenta una tabla con las emisoras que pertenecían a Grupo Monumental:

Tabla 11. Emisoras de Grupo Monumental

Emisora	Enfoque	Año
Z FM	La primera emisora de música latina en Costa Rica.	1999
Exa FM.	La emisora de corte juvenil.	Marzo 2004
Radio Reloj	La emisora líder y de tradición en el mercado radiofónico con un formato de emisora de contenido.	Marzo 2004
BEST FM	Emisora musical dirigida al adulto contemporáneo entre los 29 y 39 años.	Julio 2004
Radio Favorita pasa a ser Radio Managua	La emisora dirigida a toda la comunidad nicaragüense que se encuentra en Costa Rica.	Julio 2004
Radio Emperador	Una emisora de tradición en Costa Rica con 15 años de trabajar en el segmento socioeconómico C y D.	Octubre 2004 Finalizando su función el 2007

Radio Reloj y Best FM	Se termina la relación administrativa con estas emisoras y empiezan a ser parte del grupo radiofónico.	Enero 2005
La Mejor FM.	Sustituto de Radio Emperador.	Diciembre 2007

Nota. Elaboración propia.

En setiembre del 2006 todas las emisoras que pertenecían a Grupo Monumental pasan a manos de la cadena nacional REPRETEL gracias a la compra realizada por medio de la subsidiaria de Repretel llamada Central de Radios C.R. S.A. Después se da la incorporación del Grupo Monumental a la cadena radiofónica de Central de Radios, el cual marcó el desarrollo tecnológico de la radiodifusión en Costa Rica al convertirse en el primer grupo radiofónico en Costa Rica en transmitir su señal de manera satelital con la implementación de transmisores digitales y además por la transmisión de programas radiofónicos a través de los canales de televisión de Repretel en los canales 2 y 11.

Por otra parte, Central de Radios forma parte una cadena internacional llamada Alba Visión. De acuerdo al sitio web de la cadena Alba Visión es:

“La primera red de medios de comunicación por afiliación en América Latina. Con tecnología de vanguardia a disposición de los medios afiliados, facilitamos contenidos de interés y calidad para la audiencia principalmente en las áreas de noticias y entretenimiento. Con un crecimiento constante mediante la adhesión a la red de nuevos afiliados, somos la primera red de este tipo en la región, donde conectamos a 114 millones de personas en 16 países diferentes.

En la actualidad Radio Monumental se encuentra ubicado en el edificio de Central de Radios a un costado suroeste del Puente Juan Pablo II en La Uruca, San José. Monumental cuenta con la frecuencia 93.5 FM, a través de esta frecuencia se transmiten los siguientes programas radiofónicos:

- Noticias Monumental
- Nuestra Voz
- 120 Minutos
- Escenario Deportivo

- Matices
- Así es la cosa
- Oro y Grana
- Pelando el Ojo
- Hablemos del Deporte
- Música
- Acontecer Agropecuario

Los programas que se analizaron en la investigación son el noticiario Noticias Monumental el cual se transmite de lunes a viernes en tres ediciones: la primera es la edición matutina a las 6:00 am, la segunda es la edición del medio día a las 11:00 am y por último la edición vespertina a las 7.00 pm. Por otro lado, se encuentra el programa deportivo 120 Minutos se transmite de lunes a viernes a las 9 :00 am. Y por último la coproducción Pelando el Ojo que se transmite de lunes a viernes a las 5:00 pm.

Método de análisis

En este apartado se explicará la forma en que se desarrolló el presente estudio, es decir se explicará el método empleado para el análisis de los datos obtenidos de los instrumentos. El método está definido por el enfoque y de otros aspectos establecidos al inicio para la elaboración de la investigación.

De acuerdo con Barrantes (2002), el método de análisis es:

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).

Todo método de análisis necesita de diversos diseños; para la investigación se tomará en cuenta el diseño exploratorio secuencial (DEXPLOS). Primero se llevará a cabo las entrevistas de profundidad, las cuales serán analizadas de manera manual. Después de haber realizado esa parte se procederá a realizar un análisis de los datos obtenidos de las encuestas realizadas en este caso se utilizará la plataforma de Google en la que se envió la encuesta y después la misma aplicación analiza los datos.

Capítulo IV: Análisis de resultados

En la presente sección se manifiesta toda la información recopilada de los instrumentos elegidos para la investigación, seguidamente se presenta el orden en el que se desarrollarán las unidades de análisis extraídas de los objetivos del estudio. Primero se exponen las entrevistas de profundidad, seguidamente la observación de los periodistas en los programas Noticias Monumental, 120 minutos y Pelando el Ojo y por último se analiza el cuestionario.

Unidad de análisis. Perfil del periodista

Para el análisis el perfil del periodista se utilizó la entrevista de profundidad. Este instrumento se aplicó a un total de 10 personas entre ellos periodistas, un exdirector del medio Monumental, tres técnicos de sonido, una jefa de redacción, el gerente de Central de Radios y el encargado editorial del medio de medio de comunicación.

Las preguntas del entrevistado estuvieron enfocadas en la experiencia de cada entrevistador en el área radiofónica. Para el análisis de los datos recolectados se analizó cada una de las preguntas elegidas de la entrevista con la respuesta que brindaron los entrevistados, esto con el objetivo de comprender el cambio que ha sufrido el periodista radiofónico a lo largo de la evolución de la radio. Se les hizo a los periodistas la siguiente pregunta:

Pregunta 1. ¿Cómo realizaba las labores periodísticas?

El periodista deportivo Harrick Mclean respondió: “Usted llegaba, grababa en la computadora y luego el operador en este caso el editor tenía que montarlo en la cinta. Si se había equivocado había que cortar la cinta volver a grabarlo, pegarlo y que calzara la voz a veces no calzaba entonces había que hacerlo de nuevo otra vez.”

La jefa de redacción Febe Cruz manifestó: “Esperaban llamadas desde teléfonos públicos entonces esperaban que alguien llamara o les daban las monedas para transmitir con una grabadora le daba play a la parte que necesitaban y se la ponían a teléfono.”

El periodista Norval Calvo comentó: “Se grababa con cassette, yo tenía que trabajar con cassette normal en cinta en carrucha abierta que era donde se grababa y luego llegaba el editor y editaba y entonces así se grababan los programas en ese momento. Hace 30 años tecnológicamente hablando se trabajaba por fax, digamos que yo tenía que mandar una información donde un cliente de una cuña me mandaba el texto entonces había que ir a traer el fax para poder recibir la información”.

El encargado editorial de la radio Daniel Martínez expresó lo siguiente: “Tenía un programa en Radio Heredia en donde alquilaba el espacio, lo grababa con una grabadora después con una más pequeñas y ahora solo el celular y pegado al parlante o con las entrevistas

con el personaje; ahora los medios como Monumental dan herramientas de calidad y te exigen más”

El periodista deportivo Miguel Cortez dijo lo siguiente: “Yo empecé con la cinta abierta, luego los cassette, CD; todo se hacía de forma manual.”

Al analizar todas las respuestas brindadas por los entrevistados deja en evidencia que las labores periodísticas que realizaban los periodistas en la radio tradicional llevaban mucho más esfuerzo y precisión que hoy en día. Las herramientas de trabajo eran tan limitadas que a esperar una llamada a un teléfono público o esperar que la información llegará por fax provocaba no solo una pérdida significativa de tiempo, sino que también le origina al medio de comunicación gastos económicos y recursos.

Además, las funciones del periodista estaban determinadas solo en función de transmitir su voz a través de las ondas hertzianas; no se encargaba de editar el material, los medios de comunicación radiofónicos contaban con un editor quien se encargaba de editar todas las notas de audio.

Pregunta 2. ¿Cuáles son sus principales funciones?

El periodista deportivo Harrick Macleen respondió “En el caso mío tengo que manejar, tengo editar, tengo que entrevistar, tengo que hacerlo todo yo, mandar toda la información a la cabina para que el operador solo ponche”. En resumen, estas son las funciones que cumple el entrevistado:

- Coordinación e invitación de entrevistados.
- Guion de temas y distribución de los mismos.
- Debatir con los penalistas.
- Velar y revisar que todo está bien.
- Manejo de redes sociales
- Manejo y edición de contenido multimedia.
- Entrevistar.

Por otro lado, estas son las principales funciones que cumple la jefa de redacción Febe Cruz:

- Presentación del noticiero.

- Reuniones de redacción.
- Designación de las labores del día.
- Edición de las notas.
- Elaboración de guion.
- Hacer notas grabadas que pasan en la noche.

Además, resaltó la importancia de saber de todo un poco: “Hay que documentarse, hay que leer mucho, estar muy empapados de todos los temas; creo que la dinámica de esta redacción no permite que usted solo sepa de algo, que saber de todo y eso es un reto enorme verdad entonces tienes que cubrir absolutamente todo.”

El periodista y productor Norval Calvo explicó que sus funciones son las siguientes:

- Actualización de temas selección de temas.
- Hacer el guion y entregarlo.
- Analizar los diferentes temas y posiciones que se presentan respecto a ese tema
- Ejecutar el programa.

En otras palabras, el periodista ha adquirido nuevas responsabilidades ahora no depende del editor para poder producir y editar material, el periodista es capaz de realizar esa tarea y otras más que se han generado con implantación de plataformas digitales Ahora el periodista se enfoca en generar contenido no solo para la radio tradicional ahora se tiene que enfocar en crear material multimedia como lo son Facebook o la página web.

Es importante resaltar que las funciones de cada entrevistado dependen del puesto que ocupe; en este caso solo se utilizarán las respuestas brindadas por Harrick Mclean, Febe Cruz y Norval Calvo ya que estos tres entrevistados representan los programas que serán analizados en la investigación.

Pregunta 3. ¿Cuáles habilidades ha adquirido como periodista radiofónico?

El periodista Harrick Macleen respondió lo siguiente: “Experiencia, confianza y lealtad de las fuentes, credibilidad y compromiso”.

La periodista Fabe Cruz respondió lo siguiente: “Multimedia, tienes que saber editar tienes que saber utilizar photoshop, hacer infografías, hacer contenido web; entonces creo que ha cambiado muchísimo la idea de profesional del periodismo estar saturado de información, pero darle buen tratamiento informativo; es decir y a uno le pasa como jefe de redacción. Vos tenés 50 noticias al día, pero vos tenés que decidir qué de eso tiene interés público, cómo se logra eso con la retroalimentación de las redes sociales. Vos ves de lo que la gente está hablando y que no le interesa entonces uno de los perfiles que tiene que tener los nuevos periodistas es tener ese olfato para saber entender a su audiencia, porque a veces escribimos una información y la proponemos y decimos ese es el tema, pero resulta que a nadie le importó tu nota, porque no que vos crees que sea importante. Entonces tienes que generar un perfil del periodista multimedia un perfil de periodista en redes sociales como *community manager*, un perfil de periodista que sepa entender a su audiencia. No solamente es hacer notas y que los demás sepan qué ponen y qué no ponen, cada periodista debería ir creándose con el chip de mira esto es noticia, esto no es noticia y a veces te digo una cosa que es algo que uno más nota en los recién egresados. Mucho periodista que está saliendo de la universidad no tiene ese olfato, tal vez no se lo desarrollen en las universidades y eso me da culpa para todas las instituciones, decir estamos formando periodistas que se apeguen realmente a la realidad que se van a encontrar en una sala de redacción; ese hecho de tener ese olfato y decir esto es noticia, esto es importante, esto es de interés público, tiene que estar ya dentro de un profesional y no dejarlos a los periodistas viejos que son la mayoría de los jefes son los más viejos porque tienen años de trabajar en esto, es por un tema de sentido común que ya debería de traer el periodista.”

En síntesis, la periodista resalta la importancia del multimedia y es que el multimedia no solo se está usando en los medios radiofónicos, sino que también están presentes en la mayoría de los otros medios de comunicación el photoshop, las infografías, el contenido web, la información y el olfato para entender en la opinión pública.

El periodista Norval Calvo respondió lo siguiente: “Siento que he sido más eficiente en el trabajo en general y eso lo resumo en que si yo soy más eficiente para la producción de mi programa puedo ser más eficiente en mi gestión comercial al ser más eficiente en mi gestión comercial, soy más eficiente en mi gestión de utilidad; es como un círculo. Entonces creo que le facilitan más las cosas y además se abren más ramificaciones de otros posibles negocios que podrían estar sucediendo alrededor tuyo que antes no se podía hacer.”

El periodista Miguel Cortés comentó lo siguiente: “Entenderse bien, que vocalice bien, que articule bien, un tono de voz fuerte, facilidad de palabra comunicarse bien, tener conocimiento del tema para poder desarrollar de la mejor manera y saber improvisar.”

Para tener un panorama más amplio a continuación se presenta una tabla con un resumen de las respuestas correspondientes a esta pregunta

Tabla 13. Nuevas habilidades adquiridas.

Harrick Macleen	Febe Cruz	Norval Calvo	Miguel Cortez
Experiencia Confianza y lealtad de las fuentes Credibilidad Compromiso	Entender en la opinión pública Hacer infografías Contenido web Saturación de información Olfato para entender a la opinión pública	Eficacia Mayor utilidad Facilidad Ramificacione s de negocios	Entender Vocalización Articulación Tono de voz Facilidad de palabra Improvisación.

Nota. Elaboración propia.

De acuerdo con Febe Cruz, las labores periodísticas han aumentado: Imaginate antes el periodista solo iba reporteaba hacia su nota y listo ahora el periodista reportea, edita su nota, su información la comparte en la página, la comparte en redes sociales y está generando contenido constantemente en las plataformas. Aunque se dedique a radio ha evolucionado mucho y de hecho comentamos el tema más temprano que el periodista nuevo, el que se está graduando tiene que ir con muchísimas aptitudes para ser competitivo en el mercado. Ya no solamente basta con saber escribir una nota, ya no solo basta con saber entrevistar, no solo basta con saber hablar en radio o hablar en tele; tienes que hacer de todo no solo periodismo, tenés que ser un relacionista público porque incluso las ramas del periodismo te permiten ser relacionista público, también

olvidarse de que es periodista y que solo puedes trabajar en medios puedes trabajar en instituciones, puedes trabajar en agencias, puedes hacer emprendimientos nivel web entonces creo que si va cambiando bastante y la formación de los periodistas deben de ir cambiando.

La adquisición de estas habilidades permite que el periodista se desarrolle de una mejor manera en el medio radiofónico Monumental. Después de conocer las diferentes habilidades que ha adquirido el periodista radiofónico surge la cuarta pregunta la cual se presenta a continuación.

Pregunta 4. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación sobre las nuevas tecnologías de información?

De acuerdo con Hernán Azofeifa gerente de Central de Radios comentó que en Radio Monumental se trabaja mediante planes estratégicos de mediano y de largo plazo, los de mediano plazo se establecen por un periodo de 4 años. El desarrollo de este plan estratégico se realiza mediante un estudio previo, en él se observan las posibles tendencias que harían crecer y evolucionar a este medio de comunicación.

Las nuevas generaciones no consumen radio de la misma manera que las generaciones más viejas, es por esta razón que se deben buscar nuevas formas de incursionar en la radio y que además capte la atención del público.

En Radio Monumental se brindan diferentes capacitaciones, el medio se encarga de tener un equipo periodístico que esté capacitado para trabajar en el medio de comunicación. Además, el periodista Daniel Martínez también comentó haber recibido una capacitación de *storytelling* y esto fue lo que expresó: “El *storytelling* es un formato que se utiliza mucho en entrevistas y es algo que nos enseñaron aquí y se nos quedó, me recuerdo que la capacitación la brindó un chileno”. Lo que es positivo ya que si el medio de comunicación capacita al personal la calidad del producto o servicio va a ser mejor y en consecuencia las personas van a preferir Radio Monumental.

Además, dijo haber recibido otras capacitaciones en las que resaltan diseño gráfico, redes sociales, internet y la asesoría de *storytelling*.

Por otro lado, el periodista Miguel Cortez manifestó que “Los periodistas viejos serán suplantados por las nuevas generaciones” Analizando esta pregunta se deja en evidencia que el conocimiento es una de las herramientas más importantes que debe de tener un periodista radiofónico; en otras palabras, si no se avanza al mismo tiempo que el medio de comunicación el periodista tiene las de perder en el área laboral.

Pregunta 5. ¿Las universidades están formando buenos profesionales de la comunicación?

El periodista de 120 minutos Harrick Maclean dijo lo siguiente: “Yo no puedo hablar mucho de lo que hacen las universidades, sí puedo ver que los muchachos que vienen, vienen muy avanzados, el otro día yo vengo y tenía a un practicante y yo le iba a explicar y él ya sabía lo de Audition, me parece que sí vienen preparados”

Por otro lado, la periodista Fabe Cruz sugirió que “hay que cambiar los planes de estudio y no solo enfocarse en lo básico, miles de estudiantes no saben el mundo que se van a enfrentar”.

El periodista Norval Calvo “Yo no puedo generalizar que todas lo hacen mal porque puede haber unas que lo estén haciendo bien; por ejemplo, donde yo estudié lo estaban haciendo mal, pero me he dado cuenta que en otras universidades muy buenas que hacen muy bien, que cuentan con elementos como estudios de grabación donde los estudiantes llegan a practicar eso me parece que es una muy buena metodología para traer a la práctica realmente al estudiante. Lo que se va a encontrar aquí en el mercado a diferencia de la teoría que así no se aprende absolutamente nada hay una gran oferta de mercado; otra cosa que yo hago la salvedad a las personas que me hacen estas preguntas, eso ocurre en todas las carreras, pero solo los mejores son los que van a sobresalir y los que se quedan el área laboral.

El periodista de deportes Daniel Martínez expresó que “en las universidades dan curso de redes sociales, es importante, es una herramienta de doble filo, ya que uno representa al medio por eso es importante hace falta muchísima preparación, priorizando a las redes sociales”.

No solo Daniel Martínez opina lo anterior también la periodista Febe Cruz “Ahora vos decís algo en radio y te escriben inmediatamente a la red social o a la red social del noticiero y te dicen me parece que esto no es así y te dan los argumentos por los cuales les parece que es así, se te exigen un nivel más alto de preparación porque te van a cuestionar inmediatamente, te van a retroalimentar inmediatamente, te van a decir inmediatamente está bien lo que está haciendo o sos detestable, porque así es la gente de dura y entonces pues obviamente las nuevas tecnologías de información han aumentado la interacción y han aumentado el reto las redes sociales; no significa que solo sepamos hablar de tú a tú si no que te pueden cuestionar de tú a tú si no estás bien preparado”.

La formación de profesionales de la comunicación es un tema preocupante, tanto las universidades públicas como las privadas deben estar al día con los temas de importancia propios de cada carrera. De nada vale pagar grandes cantidades de dinero si al final los estudiantes no se pueden defender en el área laboral. Harrick Mclean dijo que los estudiantes que llegan a la radio a realizar la práctica se ven avanzados y preparados, mientras que Febe Cruz recomienda a las universidades un cambio en el plan de estudio, Norval Calvo expresó que existen tanto universidades buenas como malas y por último Daniel Martínez recomienda a las universidades capacitar los estudiantes en el tema de redes sociales.

Pregunta 6. ¿Cuál considera usted que sea la habilidad más importante que todo periodista debe tener?

Dos de los entrevistados manifestaron estar de acuerdo en que la habilidad más importante es estar informado. Harrick Mclean dijo la habilidad más importante es estar “informado de lo que acontece en la actualidad, no podemos poner a alguien que no sepa de un tema porque no va a tener carácter para opinar, ahora lo mejor es estar informado.” Norval Calvo expresó que es importante estar “informado de lo que acontece en la actualidad, no podemos poner a alguien que no sepa de un tema porque no va a tener carácter para opinar, ahora lo mejor es estar informado.

Unidad de análisis. Las nuevas tecnologías de información

En la presente unidad se aplicó el instrumento de observación para conocer las nuevas tecnologías de información que utilizan a la hora de realizar las diferentes labores periodísticas

en Radio Monumental. Con el fin de conocer el cambio tecnológico que ha enfrentado la radio se analizaron los instrumentos empleados en 3 programas de la parrilla de Radio Monumental quienes estarán representados por los siguientes periodistas:

120 minutos representación del área deportiva Harrick Maclen.

Pelando el ojo representación humorística Norval Calvo.

Noticias Monumental representación noticiero Febe Cruz.

Pelando el Ojo

Este programa se caracteriza por ponerle humor a las noticias a través de las noticias. Norval Calvo “Labores meramente de información de lo que está pasando en la actualidad nacional y meterle con la herramienta las pinceladas humorísticas; esa es básicamente la labor periodística que realizo dentro del programa.”

El programa se transmite de lunes a viernes a las 5:00 pm a través de Canal 2, Radio Monumental, Facebook Live y el sitio web www.pelandoel ojo.com

Producción:

Las labores periodísticas que se realizan para la producción del programa se da de la siguiente manera: Primero se hace una búsqueda que le permita a Norval Calvo estar actualizado de temas que acontecen en la actualidad nacional e internacional, seguidamente de la búsqueda se realiza la selección de temas, se escoge lo más importante de cada tema para hacer el guion del programa. Normalmente el guion se realiza a las 3 de la tarde, cuando llega la otra parte del staff se hace la distribución de guiones a todos los compañeros para que lo lean practiquen y están listos para transmitir el programa.

Instrumentos:

Pelando el Ojo es posible gracias a estas herramientas de trabajo que permite llegue la señal hasta el oyente. El programa se realiza con ayuda de estos instrumentos: transmisores de las torres, micrófonos, mixer, audífonos, computadora para los efectos de *software* de grabación como *protools* o en *cool edit pro* que la mayoría de periodistas tenían que aprender a usarlos.

Durante la aplicación de este instrumento, Norval Calvo transmitía su programa con las siguientes herramientas: celular, audífonos, computadora, guion y lapicero.

Plataformas:

El estar presente en diversas plataformas digitales y no solo en la radio, le ha permitido al programa adquirir más diversificación de negocios. Pelando el Ojo es una coproducción, es decir, todos los derechos del programa son de Norval Calvo y no de Radio Monumental, así lo confirmó Norval Calvo “Yo trabajo como productor independiente de la radio. Empecé con Pelando el Ojo, donde no solo hago labores de producción sino también periodísticas; yo no las realizó meramente como las realiza un periodista de Repretel que se va a reportar, que hace investigaciones. Aquí en Pelando el Ojo es otra cosa completamente diferente porque es una rama que va en función del humor que es eso lo que quiera incursionar la noticia con humor.”

De acuerdo con Norval Calvo “Personalmente estos no han cambiado solo ha evolucionado con dispositivos nuevos como las computadoras e igual, pero eso no significa que la radio ha cambiado técnicamente hablando ahora a como era antes es prácticamente lo mismo, pero solo que son equipos más nuevos y sofisticados que adicionalmente se le hayan metido más cosas como la internet que podemos escucharnos *online* y toda esa cosa ya es diferente verdad, pero básicamente son los mismos elementos.”

Además de ser un programa de radio está presente en las plataformas de Facebook, Instagram, Twitter y ahora cuenta con la propia página web www.pelandoel ojo.com. Otro mercado nuevo fueron unos muñecos de látex de Pelando el ojo que hizo Norval Calvo eran representaciones humorísticas en muñecos donde eso traía capítulos diarios todo esto ha provocado que el programa no solo se enfoque en la radio en si no que les ha dado paso a nuevas formas de negocios.

Las nuevas tecnologías de información le permiten al periodista tener una interacción más directa y rápida con el oyente, antes la comunicación era por teléfono. Norval Calvo “Yo puedo tantear esa interacción ahí mismo también, en redes sociales, WhatsApp, Facebook, Twitter y por Instagram. Puedo ir comentando al mismo tiempo, puedo estar leyendo los comentarios tuyos. Antes no tenía la posibilidad de exteriorizar esos temas o esas opiniones entonces definitivamente sí hay más apertura y más interacción.”

Aspectos positivos de las nuevas tecnologías de información

De acuerdo con Norval Calvo uno de los aspectos positivos que resalta de las nuevas tecnologías es la expansión, le ha permitido a la radio ser escuchada en diferentes países gracias al internet, además se ahorran costos “Hay una plataforma mucho más amplia de oyentes con respecto a lo que había antes se ahorra tiempo se ahorran costos ahora usted puede trabajar desde internet que le manden un video y te ahorras un montón de cosas que son elementos positivos de la radio”.

Aspectos negativos de las nuevas tecnologías de información

Pérdida de profundidad

Uno de los aspectos negativos que mencionó Norval Calvo fue la pérdida de profundidad a la hora de realizar las labores periodísticas. “Se pierde el efecto investigativo antes había que recolectar todo tipo de información de pruebas de entrevistas, buscar en libros un poco de documentación del tema que vos vas a tratar, ahora con las nuevas tecnologías usted solamente busca la palabra de lo que quiere hablar y ahí te aparece absolutamente todo”.

Norval Calvo apoya su idea en la desaparición de las unidades investigativas de medios escritos como *La Nación* y las televisoras como Teletica y una de las razones sea que el medio de comunicación prefiere ahorrarse costos o los mismos periodistas no quieren trabajar en esa área “periodistas que de verdad eran de primera línea, ahora es a lo que vinimos hacer o que hacemos, ganarnos el salario ya lo hice eso, se queda así no profundicemos”.

Desaparición de formatos

No solo las unidades de investigación han desaparecido, sino que también han desaparecidos formatos tradicionales de la radio como el radioteatro debido a que “el tiempo de producción es más complicado de hacerlo, requiere más trabajo, más gasto, más tiempo guionización y un montón de cosas más, pero eso sí se ha ido perdiendo, pero por lo menos tratamos algún momento de rescatarlo.”

Para que la radio no desaparezca tiene que reinventarse, sino dentro de unos 20 años se estará viviendo una de las crisis más importantes para la radio. Las radios que pueden llegar a desaparecer primero son las emisoras musicales ya que todo el mundo cuenta con Spotify o ya tienen la música descargada en los teléfonos celulares.

A continuación, se presenta una lista con los aspectos más sobresalientes durante la aplicación del instrumento al programa Pelando el Ojo:

- Se leen comentarios de redes sociales específicamente Facebook y realizaron un sondeo en Twitter. Además, tienen un periodista que monitorea las redes sociales.
- Invitan a las personas a participar en el programa a través de llamadas. Reciben llamadas positivas en las cuales los oyentes se apuntan a la diversión y otras no tanto.
- La página de Pelando el Ojo enlaza la página de REPRETEL para la visualización del programa y la página de Monumental para escuchar.
- El elenco se encuentra en constante comunicación con el técnico de sonido.
- Hacen efectos de sonidos manuales y también los digitales.
- Buscan información para utilizar en el programa.
- Al terminar la transmisión en Facebook Live se recibieron 89 interacciones, 62 comentarios y 2799 reproducciones.

120 Minutos

Es un programa de opinión y discusión sobre temas del deporte, este programa es transmitido en la radio de lunes a viernes de 9 am a 11 am y también en Canal 2, Canal 11 y en Facebook Live. A esa hora nunca hubo un programa deportivo solo revistas y programas de política. El programa 120 minutos brinda las informaciones deportivas como discusión y debate. Actualmente es pionero, dio el cambio a un género de opinión del deporte, actualmente tiene 5 años de estar al aire.

Las principales funciones que Harrick Mclean cumple dentro del programa deportivo 120 minutos son las siguientes: coordinación e invitación de entrevistados, guion de temas y distribución de los mismos, debatir con los penalistas, velar y revisar que todo está bien y el manejo de contenido.

Las herramientas utilizadas por Harrick Macleen para transmitir 120 Minutos se presenta a continuación mediante una tabla.

Tabla 13. Herramientas de trabajo de 120 Minutos.

Nuevas tecnologías informativas del programa deportivo 120 Minutos
Internet Computadora. Celular. Programa audition Grabadora portátil Conrex Equipos de transmisión Martirex *Los tres últimos son propios de Radio Monumental.

Nota. Elaboración propia.

Las nuevas tecnologías de información han ayudado mucho en el área deportiva Harrick Mclean comentó que: “Antes se transmitían los partidos gracias a líneas directas que había en los estadios. La línea salía del estadio al ICE (Instituto Costarricense de Electricidad) y del ICE a la radio entonces eran tres vías, entonces si alguien fallaba, chao no salías al aire”

Para verificar que las líneas funcionaban correctamente días antes el personal del ICE avisaban a la emisora el día en que iban a instalar las líneas en los estadios para que un técnico de Monumental verificara que los tres canales estaban listos para la transmisión. Ahora el personal que se necesita para una transmisión se comunica y envían todas las indicaciones a través del WhatsApp y no por medio de señas.

El tema de las conferencias de prensa es una de las dinámicas que han cambiado, ahora “Es más fácil simplemente se mete en el Facebook del equipo o de la institución; por ejemplo, Saprissa solo trasmite las conferencias de prensa a través de Facebook, yo pongo Audition le doy grabar y así el audio se va grabando fácilmente y listo siempre hay que dar de donde tomamos la información en este caso la fuente es Facebook del Deportivo Saprissa”.

Aspectos positivos de las nuevas tecnologías de información

Interacción

En el programa se les da muchísima oportunidad a los oyentes de participar y ese es uno de los elementos claves de 120 minutos, desde el primer día se les dio la oportunidad de interactuar se tienen bloques de 10 a 15 minutos de solo llamadas. Los oyentes dicen tanto cosas positivas como cosas negativas.

Tiempo

Dispositivos portátiles permiten al periodista realizar las labores periodísticas desde cualquier parte, por lo que el periodista se ahorra el tiempo de editar solamente desde el edificio del medio radiofónico. Así lo expresó Harrick Mclean “Previo a realizar una nota se toma la información de una transmisión se va editando desde el carro con ayuda de un programa de edición que le permita hacerlo desde un dispositivo portátil”.

El tiempo también permite al periodista adelantar trabajo por lo que se ahorra más tiempo. Harrick Mclean comentó una técnica que le ha funcionado bien a la hora de querer ahorrar tiempo y adelantar trabajo. “Por ejemplo yo el programa de las 5 de la mañana cuando tengo partido como ayer, yo vengo y hago bloques por adelantado, digamos que hoy fuera domingo entonces yo prendo el radio del carro hago la grabación antes, de lo que fue el partido y tengo una inserción, le agrego mi opinión y ya tengo un bloque listo ”

Además, el periodista puede cubrir más hechos noticiosos que estén aconteciendo en el mismo momento sin la necesidad de estar presente solo a través una de las nuevas tecnologías de información, el internet.

Al estar presente también en transmisiones produce que “Antes lo identificaban a uno por la voz, pero como la radio ahora es visual ya tienen una noción de quién está en cabina. Y uno se motiva y dice mirá algo bueno he hecho durante este tiempo.” Las transmisiones en Facebook Live y Canal 2 el estudio cuenta con 4 cámaras conectadas a la señal independiente que va a Canal 11 donde se transmite, luego va a canal 2 y por Facebook live.

Las estadísticas que da Facebook arrojan que solo por emisión llega a más de 20 mil personas de alcance en el momento de la transmisión, numéricamente hablando son 711 personas viendo el programa en el instante.

El correo no solo se utiliza para el envío de información, sino que también la empresa lo utiliza para comunicar información a los trabajadores de la emisora, se da una mejor calidad, coordinación y eficacia de trabajo; de esta forma se va mejorando la comunicación interna e la integración de todo el personal.

Aspectos negativos de las nuevas tecnologías de información

Pérdida de la magia

La radio es magia, pero con las nuevas tecnologías de información esa magia se ha ido perdiendo; también la creatividad, según comentaba Harrick antes eran más creativos: “A veces metimos por debajo de la cinta un pedazo de cinta blanca para que quedara un parchecito, usted le ponía un poco de música como si estuviera bajando en la grabación tapar el hueco y luego entraba la conversación”.

Edición

El tema de la edición de contenido se realiza más digital y menos manual. Por ejemplo, ahora editar una nota ya sea de audio o video se utiliza, ya sea el celular o la computadora con un *software* que edita de manera digital, nada más es necesario se anotar los tiempos en donde aparece la información importante y con el cursor nada más marca, corta y pega la inserción para transmitir. Antes, para poder una nota se utilizan las cintas abiertas “Me parece que ha cambiado radicalmente, le hablaba anteriormente de las cintas abiertas donde usted llegaba grababa en la computadora y luego el operador en este caso el editor tenía que montarlo en la cinta si se había equivocado había que cortar la cinta volver a grabarlo, pegarlo y que calzara la voz, a veces no calzaba entonces había que hacerlo de nuevo otra vez.

Ante la gran duda que surge con respecto al futuro de la radio Harrick Macleen comentó lo siguiente “La veo igual, la veo con más tecnología, con más facilidades para los periodistas, menos personal como los editores o los técnicos. Además, agregó que el momento que sean sustituidos por locutores por robots, la radio puede entrar en una crisis.

A continuación, se presenta una lista con los aspectos más sobresalientes durante la aplicación del instrumento al programa 120 Minutos:

- En el programa se encontraban 4 periodistas más, sin incluir a Harrick Mclean.

- Se enfocan en la discusión del tema y al ser un programa de opinión deben de manejar el tema.
- Periodistas siguen comentarios en Facebook.
- En canal 11 se transmiten videos del partido para complementar de lo que están hablando.
- No usan audífonos
- Para poder prender el micrófono se aprieta un botón desde adentro.
- Los anuncios solo se escuchan en radio y Facebook, además son diferentes a los que se transmiten por televisión.
- Se consulta información (tabla de posiciones)
- El programa empezó con 650 vistas y conforme el programa iba transcurriendo las vistas iban disminuyendo.
- A pesar de que el programa es de opinión no contó con llamadas telefónicas, se interactuó con el público a través de las redes sociales con comentarios.
- Después de haber finalizado el programa ya estaba el podcast del programa en el sitio web además se puede adelantar, descargar y atrasar.

Noticias Monumental

Las salas de redacción de Radio Monumental están compuestas por dirección, jefatura de información coordinadores y periodistas.

Tabla 14 Composición de la sala de redacción de Monumental

Sala de redacción de Radio Monumental			
Dirección Randall Rivera	Jefatura de información Febe Cruz	Coordinación Fernando Muñoz	5 periodistas Andrés Navarro, Karina Porras, Juan Enrique Soto (Hay solo tres nombres)

Nota. Elaboración propia.

Las funciones de la jefa de redacción de Monumental son las siguientes: Presentó los noticieros, hago las reuniones de redacción, designó las labores del día, edito las notas, monto guion, hacemos microinformativos, hacemos notas grabadas que pasan por la noche”

La dinámica de esta redacción “hace que tengas que saber de todo, empecé con un tema lo fui cambiando ahora he cubierto economía, en algún momento, cubrí algunas notas de salud y creo que ellos no te dejan mentir, nuestros compañeros han cubierto cualquier tipo de tema porque esta es la dinámica, por lo menos de esta redacción habrá redacciones que la dinámica que tengan ellos le permitan cubrir cada quien su fuente”.

Para los noticieros Febe Cruz nota el cambio: “La radio ha cambiado mucho, yo creo que Monumental ha sido uno de los pioneros de eso cambios, antes por ejemplo las noticias no las leían los periodistas, había locutores con esos vocerones, verdad, de los tiempos de antes en Radio Periódico Reloj, en Noticias Columbia siempre fueron leídos por lectores.” El cambio provoca que sea el periodista quien presenta a información y el locutor como antes se hacía.

Aspectos positivos de las nuevas tecnologías de información

Internet

El internet es el secreto de todo, te hablé de la página web, te hablé las transmisiones por Facebook Live y *streaming*, redes sociales todo involucra el internet. El internet en vez de llegar a matar un medio como la radio y como Radio Monumental lo retó y lo adaptó. Ahora somos capaces en radio de sacar una transmisión en un estadio en España con señal en vivo y transmitir desde allí gracias al internet y a equipos como Prodigy, Conrex, Live View entonces ha cambiado completamente.

Se utilizan más plataformas, pero menos equipo

Según Febe Cruz antes “ Solo te preocupabas por radio y mandar un audio nítido, ahora tienes que preocuparte por la imagen también, ahora es muchísimo más, tenés que hacer *multitask* no solo preocuparse por editar en audio sino que además tienes que editar en video, entonces creo que ahora se transmite con muchísimos más elementos, pero en muchísimas más plataformas es muchísimo más actualizado, pero ya no puede ser periodista de radio tiene que saber hacer otras cosas, tenés que ser periodista en televisión, tienes que ser periodista en web”

Mayor interacción

Mayor interacción por parte de los oyentes y además se genera un grado más alto de responsabilidad a la hora de realizar las labores periodísticas.

Cercanía

La radio está en su teléfono celular hay que aprovechar el teléfono celular al máximo, transmitir por *streaming*, por aplicaciones móviles, transmitir por Facebook estar lo más cercano a lo que va cambiando y evolucionando en la comunicación.

Mayor visibilidad y presencia

Con la implementación de la televisión a la radio se generó una mayor visibilidad y presencia, ahora las personas pueden ver quién está detrás del micrófono, a veces se genera más empatía con lo que vemos que con lo que oímos. Pero es importante tomar en cuenta el siguiente aspecto mencionado por Febe Cruz: “No se nos puede olvidar que hacemos radio no podemos desplazar la radio por la televisión hay que juntarla y aprovecharla desde la radio eso no lo podemos olvidar.”

La esencia de la radio se mantiene solo ha cambiado de olor, la radio sigue siendo inmediatez y profundidad, sin embargo, cuando se habla de si la radio va a llegar a desaparecer se hace énfasis en la nueva era digital, en la que se está transformando el concepto tradicional de lo que es radio; no se murió con la implementación de las nuevas tecnologías solo se adaptó a lo nuevo y no a lo que era tendencia 50 años atrás y eso es lo que va a suceder en un futuro.

La adaptación de las nuevas tecnologías ha permitido que el medio de comunicación se mantenga vivo y que a su vez genere una vía bidireccional que tanto el oyente como el periodista intercambian información de manera rápida.

Aspectos negativos de las nuevas tecnologías de información

Pérdida de la creatividad

La creatividad se ha perdido debido a la inmediatez con la que se transmiten las informaciones en las plataformas. Lo rápido que se mueve una sala de redacción hacen periodista apenas pueda salir con lo que acontece hoy. Febe Cruz comentó: “Se puede ser

creativo, son ciertas formas con ciertos formatos que se le dan al noticiero con cierta interacción que se tiene con la gente que nos escucha, pero el contenido es el mismo en todos los medios tal vez una noticia sale en todos los medios, la misma, porque da muy poco chance.”

Inmediatez

Una inmediatez que antes se la atribuimos a la radio ahora datos por internet viajan más rápido entonces más que un reto es un valor agregados de los medios tradicionales. La radio tiene que acoplarse, la radio es sinónimo de compañía y eso es algo que una computadora o un teléfono no puede. Febe Cruz manifestó lo siguiente: “Creo que por experiencia propia la veo acoplándose, no va desaparecer tiene que acoplarse evidentemente por que la radio tiene algo que no te da una computadora o un teléfono y eso es compañía, la persona que está del otro lado te está hablando a vos, te están contando, te está poniendo música te está haciendo parte y no le estoy hablando de una gran colectividad, te está hablando a vos, vos pones la radio y ella te está diciendo cosas y vos decís, mira si tenía razón, entonces ese valor que le está dando a la radio le da vida por un tiempo más, pero acoplándose a lo nuevo porque van a ir apareciendo cosas nuevas y con todo eso hay que adaptarse si uno se quedó con lo que tiene como le ha pasado a muchos medios de comunicación.

El secreto para que los medios de comunicación radiofónicos perduren a lo largo de los años es que adapte a las nuevas tendencias. Se le preguntó a Febe Cruz si recomendaría a las otras emisoras a unirse al cambio y esto fue lo que comentó: “Sí claro y ya lo están haciendo muy parecido a nosotros, no es que yo la recomiendo es que se dieron cuenta que es eso lo que el medio necesita, si no la audiencia va a morir, la gente que escuchaba ese tipo de radio va muriendo no es el mismo gusto que tengo yo al que tiene mi abuelita, la sociedad cambia, todo cambia”.

A continuación, se presenta una lista con los aspectos más sobresalientes durante la aplicación del instrumento al noticiero Noticias Monumental:

- El noticiero tiene tres ediciones 6:00 am, 11:00 am y 7:00pm.
- Las plataformas en las que están presentes son: Facebook Live, Canal 2, Radio Monumental, Twitter y la aplicación móvil.
- Leen comentarios e interactúan con el público desde las redes sociales.
- Las principales herramientas a la hora de transmitir fueron: lapiceros, audífonos, computadora, celular y las hojas con el guion.

- Leen la nota.
- Al estar presente también en medios visuales utilizan inserciones tanto de audio como de video.
- Participación del público a través de las llamadas telefónicas, además tiene un especialista del tema por lo que las personas pueden realizar sus dudas.
- El podcast se carga a la página hasta que termine el noticiario.
- Felicitan al fan destacado que es la persona que más interactúa en las redes sociales.
- Radio Monumental no transmite video a través de la página web.
- Se presentó una noticia internacional, razón por la cual se consultó a través del internet, las páginas de cadenas internacionales para tener la información al día. Se contactó a un corresponsal y 20 minutos de haber dado a conocer la noticia la nota con la información ya estaba en el sitio web.
- Al finalizar la transmisión se recibieron 109 interacciones, 252 comentarios y 2273 reproducciones.

Técnicos de sonido

Por otro lado, además de entrevistar a periodistas se tomaron en cuenta dos técnicos de sonido.

El primero de ellos es el técnico de sonido de la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) quien manifestó la evolución que ha presenciado con respecto a la evolución de la radio “Empecé en la radio con los *cassettes* en los cuales se grabaron entrevistas, programas, comerciales, música, cuñas entre otros. Después de los *cassettes* seguí con la cinta abierta la cual tenía mayor calidad por tener una banda más ancha. Y por último en lo digital”.

La implementación del internet en sus labores como técnico sonido le ha permitido realizar los trabajos más rápidamente; por ejemplo: “Para que se enviará un guion primero había que localizar a un mensajero, luego un fax y esperar la respuesta de todos los involucrados en el proyecto que se estuviera realizando, se tardaban horas e incluso días.” Ahora todo es diferente se puede enviar un correo en el cual se les notifica a todos al mismo tiempo y el tiempo de respuesta es mucho más rápido.

La principal herramienta de trabajo son los *softwares* de edición como Pro Tools y Adobe Premiere (AUDITION).

Al preguntarle si ha recibido algún tipo de capacitación, respondió: “Yo aprendí solo no fue fácil, pero aprendí gracias a un *software* de audio digital que se llamaba Studio 16, pasó como un año para que yo grabara tuve que hacer unas pruebas primero”.

Por último, se muestran los aspectos positivos y los aspectos negativos que resaltaron los técnicos de sonido:

Tabla 15. Aspectos positivos y negativos de las nuevas tecnologías de información

	Roger Soto	Víctor Peralta
Aspectos positivos	<p>Edición de audio.</p> <p>El equipo de trabajo era muy rudimentario, grabar los sonidos, los locutores, las mezclas al mismo tiempo era muy difícil.</p> <p>Los efectos de sonido se hacían en el momento, ahora existen sitios web listos para descargarlos.</p> <p>Se ahorra tiempo, antes la producción de un programa de 30 minutos se duraba 3 o 4 horas. Ahora dura menos tiempo.</p>	<p>El equipo de trabajo se ha ido reduciendo conforme la tecnología va avanzando, por ejemplo: consolas de 62 canales empezaron a diseñarse más pequeñas hasta tener 4 o 5 canales.</p> <p>Ya no se necesita a un mensajero para enviar los comerciales a las emisoras.</p> <p>La combinación de la radio con las redes sociales, mensajes de texto, WhatsApp, Facebook.</p> <p>Muchas personas se informan a través de Facebook por el grado de rapidez.</p>

		<p>Existen catálogos de música, comerciales, efectos que hacen más fácil la labor técnica.</p> <p>Ahorra tiempo y dinero</p> <p>Grabar en disco compacto conllevaba realizar como 15 pasos y si se equivocaba en el paso 14 había que repetir el procedimiento.”</p> <p>Las emisoras en internet tienen cobertura mundial. De esta manera se informa de lo que acontece alrededor del mundo.</p>
Aspectos negativos	<p>Pérdida de creatividad y originalidad. Los locutores están muy encajonados en estilos.</p> <p>La radio ha perdido la calidad humana.</p> <p>Menos participación del oyente a través de las llamadas telefónicas, pero aumenta la interacción por</p>	Ninguno

	medio de Facebook, de WhatsApp.	
--	---------------------------------	--

El segundo técnico entrevistado fue Víctor Manuel Peralta Cascante, quien trabaja para Radio Monumental desde 1991. Su labor no solo abarca esta emisora en especial, sino también se encarga de las demás emisoras que conforman la cadena radiofónica de Central de Radios.

Las transmisiones eran muy diferentes a como se realizan hoy en día, para poder transmitir desde el Estadio Nacional o desde la Asamblea Legislativa se solicitaba una línea física que venía desde la emisora. A la radio llegaba un técnico y el otro al lugar de la transmisión de esta forma quedaba una punta en el lugar y la otra en la cabina. Se instalaba el equipo faltante, pero siempre existía la posibilidad de que la línea no funcionara o se podía presentar algún problema con el Instituto Costarricense de Electricidad (ICE). En el caso de las vueltas ciclísticas “Había que ir a probar los puntos muertos, ir a una casa, se alquilaba los teléfonos para tener los relevos y así poder transmitir. “

En el pasado existían muchas limitaciones técnicas “Cuando se grababa un comercial en cinta abierta para poder transmitir en emisoras diferentes, se necesitaban cartuchos y con un mensajero ir repartiéndolos por todas las emisoras cada cinta llevaba un comercial esa era la única forma. En otras palabras, se necesitaban 10 cartuchos para 10 emisoras, de igual manera se necesitaba del mensajero para que las recogiera y se hiciera el cambio de material. Por ejemplo, Radio Monumental, tengo aquí todas las carpetas esto mismo que yo estoy viendo lo está viendo el otro operador con la diferencia de que yo aquí tengo el permiso para meterme y quitar cosas, el operador no puede. Él solo va ponchando de acuerdo a la pauta comercial, él va poniendo eso entonces yo desde aquí puedo quitar agregar o borrar un comercial.”

“Antes el locutor llegaba y nos poníamos a grabar y hasta que el comercial estuviera terminado se podía ir porque en aquel tiempo no existía ni celulares ni bíper, entonces si el locutor se iba, había que esperar que llegara a la casa para que se devolviera. Por esta razón había que esperar hasta terminar y ver si el trabajo estuviera bien, si no había que hacerles los cambios”

Continuando con el tema de los comerciales primero había que buscar el acetato y que coincidiera con el tipo de comercial que se quería realizar oírlo y con una tornamesa había que ponerlo andar; poner la aguja y atrás iba el locutor grabando y si el locutor se equivocaba o el disco se rayaba había que comprar otro disco volver a grabar otra vez antes. Era como grabar una orquesta y no fue hasta que salió una cinta abierta de 8 canales con una cinta de pulgada de ancho el cual tenía 8 pistas, entonces solo así se podía grabar en una pista la trompeta, en otra pista el cantante y así sucesivamente.

“Si se caía el sistema y no se estaba al aire había que pasar a través de los transformadores que tal vez estaban al otro lado de la cabina y apretar un botoncito y venirse con mucho cuidado, era una locura”

Con el fin de conocer las principales herramientas de trabajo se le hizo la pregunta y esto fue lo que respondió: “Actualmente solo la computadora y el internet, puesto que la computadora trae los diferentes *softwares*. Todo está en la computadora los compensadores y los digitadores, ahora se puede hacer magia con la computadora Antes no era así antes era solo con: casetes, cinta abierta y cartuchos que dependía de la cinta para la grabación”

Al preguntarle si recibió algún tipo de capacitación sobre las nuevas tecnologías de información respondió lo siguiente: “Para ustedes los jóvenes esto ha sido algo súper fácil, el problema lo vivimos nosotros los viejos. Muchos se quedaron en el camino, había gente que sí le ayudaba a uno, cuando computarizar el estudio de grabación hubo semanas en las que yo no dormía, si se instalaba algo nuevo había que descubrir cómo utilizar es cómo adaptarse.”

La última pregunta fue ¿Si cree que la radio va a desaparecer? y esto fue lo que contestó: “El internet no ha llegado a suplantar a la radio tradicional, es un suplemento. Lo que cambia es la producción y la transmisión, la esencia va a perdurar y no se va a perder esa comunicación con el oyente por más redes que vengan ese calor humano que siente cuando se pone el noticiario uno siente que le está hablando a uno.”

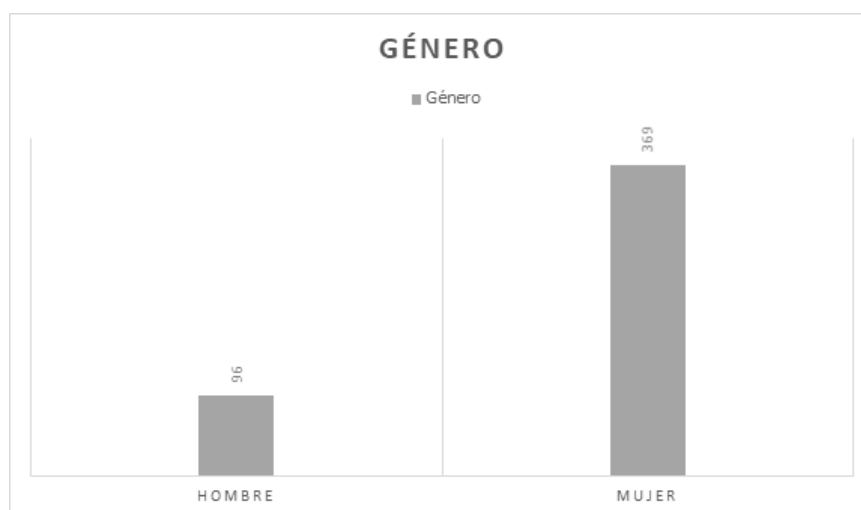
Unidad de análisis 3. La opinión pública

A continuación, se presenta el último instrumento utilizado en la investigación, esta unidad busca comprender cómo ha respondido la sociedad ante este cambio tecnológico. Se

utilizó la plantilla de Google para el formulario de la encuesta, seguidamente se implementaron las redes sociales Facebook y WhatsApp como medio de emisión del instrumento. Y por último se realizó el análisis con ayuda de la plataforma de Google.

Seguidamente se muestra el análisis de los datos recolectados en la encuesta. El primer gráfico muestra el total de encuestas recibidas, se recibieron 465 encuestas de las cuales 369 fueron mujeres y 96 fueron hombres.

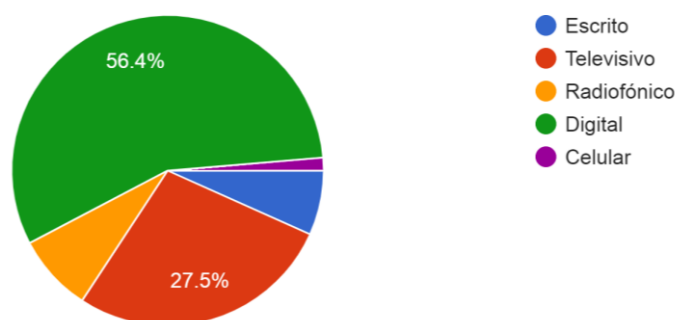
Gráfico 1. Género de los encuestados



La segunda pregunta de la encuesta se quería conocer cuál era el medio de comunicación que las personas utilizan con más frecuencia en esta pregunta se recibieron 149 votos.

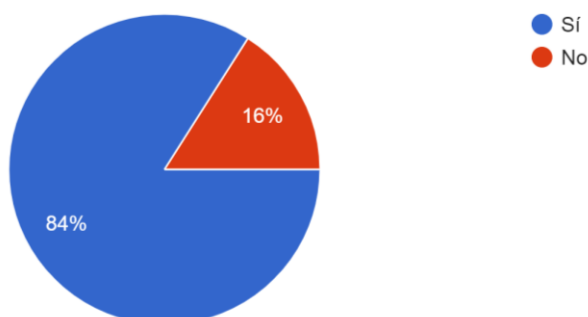
El medio de comunicación más consultado según la encuesta es el medio digital con un 56,4%, el segundo medio más utilizado es el medio televisivo, el tercer lugar lo ocupa el medio radiofónico recibió un total de 36 puntos lo que es equivalente a un 8.1% luego aparece el medio escrito con 6.7%. Muchos de los encuestados mencionaron celular como medio de comunicación, pero el celular no es un medio de comunicación, es un dispositivo que facilita la comunicación.

Gráfico 2. Medio de comunicación más consultado



La tercera pregunta consiste en averiguar si las personas utilizan el medio radiofónico. En la pregunta participaron 450 personas en las que un 84% dijo que sí escuchaba y un 16% dijo que no escuchaba la radio. Las 15 personas faltantes no respondieron la pregunta de la encuesta.

Gráfico 3. Utilización del medio radiofónico.

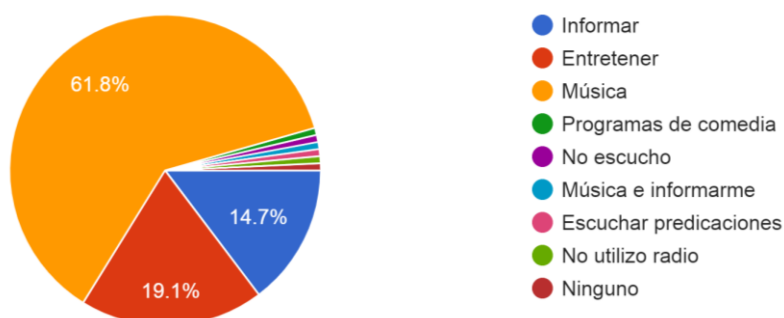


La cuarta pregunta estaba enfocada en conocer las razones por las cuales el medio de comunicación es escuchado. El periodista Norval Calvo dijo lo siguiente “Antes decíamos que, por la inmediatez, pero ahora con las redes sociales es igual. Yo digo por afinidad innata que la gente ya tiene de recuerdos de la radio, tradición, compañía en el carro, en la casa; en la casa competimos con televisión poco, pero aun así se escucha en las casas” Por otro lado el periodista Daniel Martínez comenta que muchas de las personas utilizan la radio por los programas que tan buenos programas se produzcan, buscar ser visible a través de la red social.

De acuerdo con los datos arrojados en la encuesta el 61% de los encuestados utilizan la radio para escuchar música, seguidamente por los programas de entretenimiento con un 19.1%,

después aparece informar en el tercer lugar con un 14.7%. El otro porcentaje de la población votó por escuchar programas de comedia, predicciones o no la utilizan.

Gráfico 4. Razón por la que escucha radio.

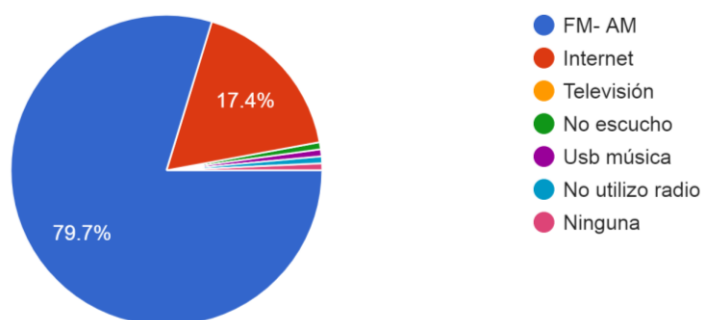


Esta es una de las preguntas más importantes de la encuesta ya que ayudó a conocer la aceptación que ha tenido la sociedad ante las nuevas tecnologías de información.

Un 79% de los entrevistados escucha la radio a través de la frecuencia modulada o de la amplitud modulada y un 17.4% escucha la radio a través del internet. Lo que quiere decir que la mayoría de personas prefieren utilizar la radio tradicional que la radio por internet.

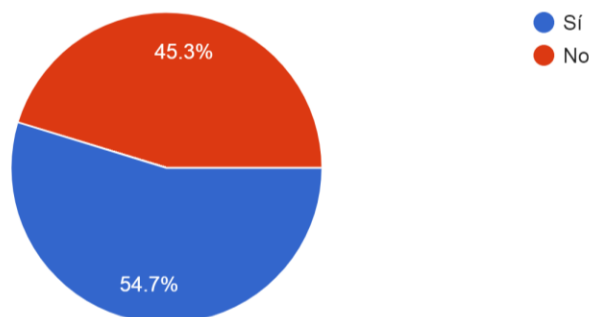
La otra cantidad de personas utilizan otros medios de comunicación o no utilizan ninguno.

Gráfico 5. Plataforma utilizada para escuchar radio.



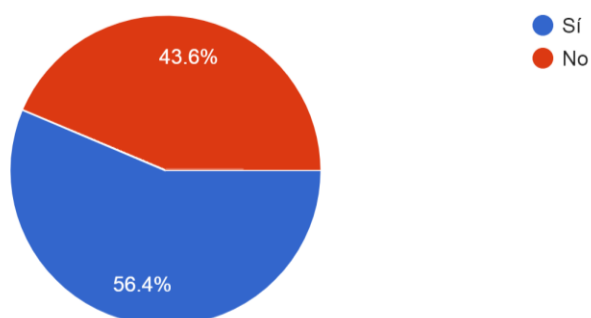
Esta pregunta contó con la respuesta de 444 personas en las cuales el 45.3% desconocían que ahora se puede tener acceso a los contenidos multimedia y 54.7% sí sabían que la radio tiene este nuevo valor agregado

Gráfico 6. Acceso a contenidos multimedia



La última pregunta de esta encuesta está relacionada con las nuevas tecnologías que ha adoptado la radio a lo largo de su proceso evolutivo. Herramientas como la televisión o Facebook Live hacen posible que la radio se pueda ver y no solo oírla como se acostumbraba anteriormente. El 56% de la población sí sabe que la radio también es transmitida mediante video y la otra parte con un 43.6% dijo desconocer sobre el tema.

Gráfico 7. Implementación de la televisión en la radio.



Una vez analizados los datos recolectados de la aplicación de los tres instrumentos que comprenden de la presente indagación se establecen las conclusiones de la investigación.

Conclusiones

Seguidamente se presenta el punto final de la investigación. Este apartado busca responder a las variables establecidas al inicio de la indagación. El objetivo general de la investigación fue analizar las nuevas tecnologías en los medios radiofónicos específicamente en Radio Monumental por ser una de las pioneras en acoplarse a ellas en Costa Rica. Este objetivo se cumplió gracias a la aplicación de los instrumentos

establecidos: las entrevistas de profundidad, las observaciones y la encuesta. Los cuales determinaron aspectos relevantes de la adaptación de las nuevas tecnologías de información en el medio radiofónico.

El primer objetivo específico buscaba comprender los cambios que ha sufrido el perfil del comunicador ante las nuevas tecnologías. Antes los periodistas solo se enfocan en transmitir a través de la radio tradicional razón por la cual sus funciones eran menos, ahora al estar presentes en muchas plataformas las funciones del periodista aumentan. Por otro lado, a pesar de que los todos los entrevistados cumplen diferentes funciones dentro de la emisora la mayoría de ellos manejan redes sociales.

El periodista dependía del editor para realizar la edición del material, ahora el periodista debe de saber producir, editar y transmitir su propio material multimedia a través de las redes sociales, de la página web, de la televisión. Esto no solo abarca al periodismo radiofónico, sino que también está presente en los demás medios de comunicación.

El nuevo periodista radiofónico debe de tener olfato por hechos noticiosos y de interés público. Además, es importante tener una buena documentación que respalde al periodista ante los argumentos y cuestiones expuestas por la opinión pública.

El segundo objetivo de la investigación buscaba determinar los nuevos recursos tecnológicos en Radio Monumental. La mayoría de los entrevistados dieron sus primeros pasos en la radio cuando se utilizaban los *cassettes* o las cintas abiertas. Se podía grabar un comercial por disco y se necesitaba de un mensajero para enviarlo, ahora todo está conformado en *software* dentro de la computadora.

Se grababa con un dispositivo especializado en solo cumplir esa función, ahora la grabadora está dentro del celular, es por esta razón que

el celular está catalogado como una de las herramientas más importantes del periodista.

Para las transmisiones si utilizaba una línea fija que salía desde la emisora al otro lugar donde se deseaba transmitir y se probaba días antes. Además, la emisora empezó a utilizar los transmisores Marty's los cuales solo trabajan con banda ancha; ahora la emisora cuenta con Comrex y Prdy's los cuales funcionan con internet.

La radio ha cambiado técnicamente hablando los dispositivos técnicos han evolucionado o se rediseñan con agregados. Ahora se han vuelto más sofisticados y más pequeños, la mayoría se pueden encontrar mediante *softwares* dentro de la computadora o del celular. Una de las maravillas que saltan los técnicos de sonido es el hecho de pasar a operar 62 canales para trabajar a solo tener 4 canales.

El tiempo es uno de los aspectos más sobresalientes que señalan los entrevistados con respecto a la implementación de las nuevas tecnologías de información en el periodismo radiofónico. Al ser todos los procedimientos de manera manual si se equivocaba en algún paso a la hora de editar o grabar había que repetir el procedimiento desde cero, lo que representaba una pérdida de tiempo.

Con la implementación de las nuevas tecnologías de información nacen nuevos puestos dentro del periodismo radiofónico. En consecuencia disminuye la tasa de desempleo, surgen nuevas ramificaciones de trabajo y emprendedurismo.

Sí se perdió el programa las personas tienen acceso al programa a través del podcast, los cuales son subidos al sitio web de la emisora 5 minutos después de haber finalizado la transmisión.

Surgen nuevas formas de interacción antes en la radio solo se daba a través de las llamadas telefónicas ahora se puede dar el proceso comunicativo inmediato a través de los comentarios en redes sociales además el público puede aclarar dudas con respecto a temas que se toquen en los programas. Una de las principales desventajas es que al estar conectado directamente con el público en Facebook representa un arma de doble filo, ya que uno está más expuesto a cuestionables de la opinión pública.

Además, el formato de conferencias de prensa ha cambiado, ahora se puede cubrir a través de las redes sociales esto le permite al medio de comunicación cubrir temas más importantes o que se están dando en el mismo momento. El internet hace posible realizar las labores periodísticas y transmitir las desde cualquier parte y no necesariamente desde la emisora o la cabina.

Por otro lado, la implementación de la señal de REPRETEL le ha dado a la radio una mayor presencia junto con la llegada del internet le dieron vida al medio radiofónico. Esto provoca que las personas se den cuenta de quién está detrás de los micrófonos

Se da una pérdida de profundidad en los hechos noticiosos, lo curioso de esto es que en internet cuenta con gran diversificación de información necesaria para tocar cualquier tema a fondo. Lo que sucede aquí es que medios de comunicación y periodistas con tal de tener la primicia de un tema transmiten la información básica. También se da una pérdida en la creatividad, aunque el contenido sea el mismo que otros programas. Se puede jugar un poco con la presentación de la información.

El último objetivo buscaba mostrar la adaptación de la opinión pública a las nuevas tecnologías. El medio radiofónico ocupó el tercer lugar de los medios de comunicación más utilizados, pero de acuerdo a la

encuesta el 56.8% de los encuestados votó por medios digitales y Radio Monumental está catalogado como medio digital.

Además, el 84% de los encuestados escuchan radio y las mujeres escuchan más radio que los hombres.

Recomendaciones

- Brindar capacitaciones al personal sobre las nuevas tecnologías de información, diseño gráfico, internet, formatos y sobre todo en redes sociales debido a la responsabilidad periodística y por el alto grado de interacción que se da en estas. En consecuencia, si el periodista se encuentra capacitado, el servicio que ofrece la emisora va hacer de calidad.
- Explorar nuevas áreas de trabajo. Por ejemplo, se estima que las primeras emisoras en desaparecer son las emisoras musicales debido a la aparición de plataformas musicales digitales.
- Retomar las unidades de investigación con el objetivo de contrarrestar la pérdida de profundidad.
- También es importante retomar la producción del radioteatro hoy en día se cuenta con gran accesibilidad de herramientas para hacerlo.

- Los porcentajes obtenidos sobre contenidos multimedia en la radio fueron muy parejos, por lo que se recomienda fomentar y educar a la población a través de nota o cuñas a utilizar las diferentes plataformas y de esta manera conozcan los beneficios que tienen estas tecnologías de información.
- Al culminar la investigación se llegó a la conclusión de que existen muchos aspectos positivos sobre las nuevas tecnologías de información. Por lo que se recomienda a las demás emisoras a sumarse al cambio.



Referencias

- Acosta, C (2018) Medios Digitales: Herramientas Útiles para el Crecimiento de Las Empresas. Recuperado de: <http://www.entreperiodistas.com/medios-digitales-herramientas-utiles/>
- Aguiar, C (2009) *Radio en internet sistematización de una experiencia comunicativo* (Trabajo de grado para optar por el título de comunicador social campo profesional: producción radiofónica) Pontificia Universidad Javeriana, Colombia.
- Alonso, J (2008) *Revista Científica de Información y Comunicación* 2008, 5, pp-226-247 Recuperado de <http://institucional.us.es/revistas/comunicacion/5/07alonso.pdf>
- 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* (Tesina para optar por el grado de Bachillerato) Universidad Internacional de Las Américas, Costa Rica.
- Barrantes, R. (2000) *Un camino al conocimiento*. [Versión PDF] Recuperado de: file:///C:/Users/ExtremePC/Downloads/investigacion_camino_conocimiento_barrantes.pdf.
- Barrantes Echavarría, R. (2011). *Investigación: Un camino al conocimiento, un enfoque cuantitativo y cualitativo*. San José, Costa Rica: Euned.
- Blanco, S (2011). *Ventajas y desventajas de la radio* Recuperado de: <http://www.radiocubana.cu/manual-online-de-realizacion-radial/45-capitulo-i-de-interes-general/1390-ventajas-y-desventajas-de-la-radio>.
- Cabero, J. (1998) Las aportaciones de las nuevas tecnologías a las instituciones de formación continuas: Reflexiones para comenzar el debate. <http://tecnologiaedu.us.es/bibliovir/pdf/85.pdf>. Consultado el 10-01-2000.
- Hütt, H(2012)LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN Reflexiones, vol. 91, núm. 2, 2012, pp. 121-128 Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica
- Cervantes, C (2013) *Analizar la convergencia de la radio y de los medios digitales, producto de las nuevas formas de comunicación, de acuerdo con la percepción de oyentes-internautas y conocimientos de expertos, durante el tercer cuatrimestre del 2013*. (Tesis de Bachillerato) Universidad Internacional de las Américas, Costa Rica.

- Cuesta, J (2012) Fundación Universitaria los Libertadores Colombia Recuperado de:<https://issuu.com/allehkandra/docs/axiomasdelaudio>
- Boland, L (2007). *Funciones de la administración*. Bahía Blanca, Argentina: REUN. 202 p.
- Departament de Comunicació Doctorat en Comunicació Social. Recuperado de [:https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/281992/tjm.pdf.txt;jsessionid=903A7266058285AA253F4A8F51A54623?sequence=2](https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/281992/tjm.pdf.txt;jsessionid=903A7266058285AA253F4A8F51A54623?sequence=2)
- De Prado, J (2016) *Medios de comunicación tradicionales en el nuevo entorno digital* (Grado en Marketing e Investigación de Mercados) Universidad de León, México.
- Domínguez, E (2012) *Medios de comunicación masiva*. Estado de México:
- Duarte, R (2014) *Periodismo radiofónico frente al periodismo digital* (Proyecto de tesis) Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.
- Duarte, E (2007) *Las tecnologías de información y comunicación (tic) desde una perspectiva social*. (Artículo) Instituto de Estudios Latinoamericanos de la Universidad Nacional Heredia, Costa Rica.
- Durán, M (2016) *Análisis de la necesidad de una nueva ley de radio y televisión para mejorar el ejercicio periodístico* (Tesis para optar por el grado de licenciatura en periodismo) Universidad Internacional de Las Américas, Costa Rica.
- García M y González C (2013) PODCASTING, UNA HERRAMIENTA DE APRENDIZAJE PARA LA DOCENCIA UNIVERSITARIA. EL CASO DEL CIBERPERIÓDICO COMUNIC@NDO. Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación Recuperado de:<http://www.razonypalabra.org.mx>
- Granados, M (2016) *La diversidad de la radiodifusión en Costa Rica y los estándares de libertad de expresión del Sistema Interamericano de Derechos Humanos* (Tesis de Licenciatura) Universidad de Costa Rica, Costa Rica.
- Habermas, J. (1981). Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública. Barcelona: G. Gili. Edición original: Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Neuwied: Luchterhand V., 1962; nueva edición con un largo prólogo en Francfort a.M.: Suhrkamp, 1990
- Hernández, G (2013) *La digitalización de la radio en México* (Tesis de Licenciatura) México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Hernández, Fernández y Baptista, (2014). *Metodología de la investigación* [Versión PDF]Recuperadode: <file:///G:/TESINA%20BACHI%20PERIODISMO/Methodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20-sampieri-%206ta%20EDICION.pdf>
- Hortua, L (2017) *Análisis de la sustitución de los medios tradicionales a los digitales y la preparación del periodista para generar contenido a los millennials* (Tesina

- para optar por el grado de bachillerato) Universidad Internacional de las Américas, Costa Rica.
- Jerez, F (2014) *Funcionalidad de la Radio en la Internet* (Trabajo de Tesis) Universidad Galileo, Guatemala.
- Meneses, G (2007) Las nuevas tecnologías de la información .UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI .
- Martínez- Costa, Y Prata (2017) *La radio en busca de su audiencia: hacia una escucha diversificada y multiplataforma* (Investigación postdoctoral) Universidad de Navarra, Pamplona, España.
- Medina, J (2014) *La marca comercial como espejo de la comunicación heráldica. Los escudos de la administración pública española.* /(Tesis doctoral).
- Ongallo, C (2007) *Manual de comunicación* Guía para gestionar el Conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones Madrid: Editorial Dykinson
- Pazos, E (2017) *La comunicación escrita: Redacciones de trabajos de investigación, informes técnicos, tesis, artículos y ensayos.* San José, Costa Rica
- Perna, J (2010) Universidad Tecnológica de Bolívar. Facultad de Ingeniería Eléctrica y Electrónica, programa de Ingeniería electrónica. Cartagena de indias d. T. Y c. modulación y demodulación en frecuencia diseño y construcción de módulos de entrenamiento para FM
- Price, V.-(1994). *La Opinión Pública: Esfera pública y comunicación.* España: Paidós
- Pross, H (1976): Introducción a la ciencia de la comunicación, Título original: Einführung in die Kommunikationswissenschaft (1976), Trad. Vicente Romano, Barcelona, Editorial Anthropos, Colecc."Conciencia y Libertad", N.5, 1990. 178 pp.
- Radios Libres (2018) ¿Qué es un Podcast? [en línea] Recuperado de: <https://radioslibres.net/podcast/>
- Reyes, H. (2010). *Plataforma tecnológica de identificación web para la Universidad Estatal Península De Santa Elena Extensión Playas con la utilización de herramientas de gestor de contenidos como Joomla.* [Versión PDF] Recuperado de: <http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/2392/1/UPSE-TIN-2015-0003.pdf>
- Rey, M. y Tarrés, R (2013) *Sistemas de Comunicaciones I.* Universitat Oberta de Catalunya [pdf]
- Robles, B (2011) *La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropofísico.* Escuela Nacional de Antropología e Historia, INAH.Recuperado

de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16592011000300004

- Rodriguez, A (2008) *La evolución de la radio y la influencia de las nuevas tecnologías en la comunicación entre locutor y oyente*. (Tesis de Grado) Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- Ruiz, M (2011) *Políticas públicas en salud y su impacto en el seguro popular en Culiacán, Sinaloa, México* (tesis Doctoral) Sinaloa: Universidad Autónoma de Sinaloa, México.
- Sáenz, Y. (2011) *El periodista digital en los medios Prensa Libre, El Periódico, Siglo XXI, Diario La Hora: Perfiles y Retos*. (Tesis para optar por el grado de bachiller en periodismo) Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Santacruz, F (2015) El marco teórico - antecedentes. [Inducción en la Investigación](http://florfanyasantacruz.blogspot.com/2015/08/el-marco-teorico-antecedentes.html). Recuperado de: <http://florfanyasantacruz.blogspot.com/2015/08/el-marco-teorico-antecedentes.html>
- Tovar, E (2013) Cronología de la radiodifusión de Costa Rica. Primera Plana
Recuperado de [:http://www.primeraplana.or.cr/es/Hist%C3%B3rico/Cronologia_de_la_radiofusion_de_Costa_Rica/](http://www.primeraplana.or.cr/es/Hist%C3%B3rico/Cronologia_de_la_radiofusion_de_Costa_Rica/)

Anexos

Entrevista de Harrick Mackleen Fecha 3 de marzo del 2019

¿Cuales son sus principales funciones?

¿Aspectos positivos que resalte de la radio adaptación de la radio tradicional en las nuevas tecnologías de información?

¿Qué aspectos negativos que resalta de la radio?

¿Cuales son sus principales herramientas de trabajo?

¿Cómo han ayudado las TIC'S en el área deportiva?

- ¿Como cubre una conferencia de prensa?
- ¿Qué papel juega el Internet en la radio?
- ¿Cómo ve la radio dentro de unos años?
- ¿Cree que la radio va a desaparecer?
- ¿Cuáles habilidades ha adquirido como periodista radiofónico?
- ¿Cuál cree usted que es la esencia de la radio?
- ¿Las universidades están formando bueno profesionales de la comunicación?

Febe Cruz
Fecha 12 de marzo

- ¿A lo largo de su carrera como periodista como realiza sus labores periodísticas?
- ¿En comparación a ahora como se hacía antes radio?
- ¿Cuales elementos utilizaba antes para transmitir a través de la radio?
- ¿Que función cumple el internet en Radio Monumental?
- ¿En la actualidad como hace radio?
- ¿Ha aumentado o disminuido la interacción con la implementación de las nuevas tecnologías de información?
- ¿Qué aspectos positivos resalta usted de las nuevas tecnologías de información en la radio?
- ¿Qué aspectos negativos resalta usted las nuevas tecnologías de información en la radio?
- ¿Se ha perdido la creatividad en la radio?
- ¿Cómo ve la radio dentro de unos años?
- ¿Cuales han sido las habilidades que ha adquirido con las nuevas tecnologías de información?
- ¿Cómo han ayudado las nuevas tecnologías de información en los noticieros?
- ¿Cómo está compuesta la sala de redacción de Monumental?
- ¿Como funcionaban antes las salas de redacción?
- ¿Cómo ha ayudado la implementación de la televisión en la radio?
- ¿Cuales son sus principales funciones?
- ¿Se ha perdido la esencia de la radio?
- ¿Recomendará dar este paso a las otras emisoras?

¿Las universidades están formando excelentes profesionales de la comunicación?

Marvin Ballesteros
Fecha 06 de marzo del 2019

¿Porque motivo no se hace la emigración hacia los dispositivos broadcast o bien a los digitales por medio de transmisión de datos wifi o a nivel de internet por medio de chip?

¿Que significa la radio?

¿Que es el Conrex?

¿Que es el prody's?

¿Qué son los marty's?

Norval Calvo
Fecha 06 de marzo del 2019

¿Como realizaba antes las labores periodísticas?

¿Qué elementos utiliza para transmitir?

¿Considera que se ha perdido la esencia de la radio?

¿Qué aspectos negativos resalta usted de las nuevas tecnologías?

¿Considera que más bien las nuevas tecnologías de información hay hecho al periodista más mediocre o al contrario lo ha hecho más multifacético?

¿Aspectos positivos que usted resaltaría de la implementación de las nuevas tecnologías en la radio?

¿Ha recibido algún tipo de capacitación aquí en Monumental?

¿Cuales nuevas habilidades ha adquirido con esta evolución de la radio?

¿Cuales son los pasos para elaborar el programa Pelando el Ojo?

¿Cómo han ayudado las tecnologías de información en el área humorística?

¿Cual es la habilidad más importante que debe de tener un periodista?

¿Cómo realiza las labores periodísticas en el programa Pelando el ojo?

¿Cree que las universidades están formando buenos profesionales de la comunicación?

¿Cree usted que la radio va a desaparecer?

¿Cómo ve la radio dentro de unos años?

- ¿Como se contrarresta la pérdida de creatividad en la radio?
- ¿Considera que ha aumentado la interacción o al contrario ha disminuido?
- ¿Porque cree que la gente prefiere la radio?
- ¿Que les aconseja a los estudiantes que quieren dedicarse al periodismo radiofónico?

Miguel Cortez
Fecha 05 de marzo del 2019

- ¿Como hacía antes radio?
- ¿Que es la radio?
- ¿Cual es la esencia de la radio?
- ¿Se ha perdido la creatividad o al contrario ha aumentado?
- ¿Como realizaba grabaciones antes?
- ¿Usted cree que la radio va a desaparecer?
- ¿Qué aspectos negativos resalta de la implementación de las nuevas tecnologías en la radio?
- ¿Cuáles habilidades deben de tener un periodista radiofónico?

Daniel Martinez
Fecha 06 de marzo del 2019

- ¿Qué papel juega el internet en deportes?
- ¿Cual es la esencia de la radio?
- ¿Ha aumentado la interacción?
- ¿Cree que la radio va a desaparecer?
- ¿Porque la gente escucha radio?

Hernán Azofeifa
05 de marzo del 2019

- ¿Cual es la Esencia de la radio ?
- ¿La radio va a desaparecer?
- Aspectos negativos de la radio
- Aspectos positivos de la radio
- ¿Cual es la esencia de la radio?

ENCUESTA

1. Nombre
2. Edad
3. Genero
4. ¿Cual medio de comunicación utiliza con más regularidad?
5. ¿Escucha radio?
6. ¿En que horario prefiere escuchar la radio?
7. ¿Por cuales de las siguientes razones escucha radio?
8. ¿Por cual plataforma escucha radio?
9. ¿Qué conoce por tecnologías de información?
10. ¿Sabía usted que ahora se puede tener acceso a contenidos multimedia y a la parrilla de programas independientemente de la hora gracias a las nuevas tecnologías de información?
11. ¿Sabía usted que ahora la radio también es visual?