



	1000	100	10	1
U	186.7	300	300	271.4
I	50.4	55	55	70
P	48.4	49.0	43.4	50.0
R	41.0	41.3	41.7	42.0
U	30.7	31.0	31.3	31.6
I	24.8	25.0	25.2	25.4

U: 4.08    I: 4.2    P: 4.3    R: 4.50

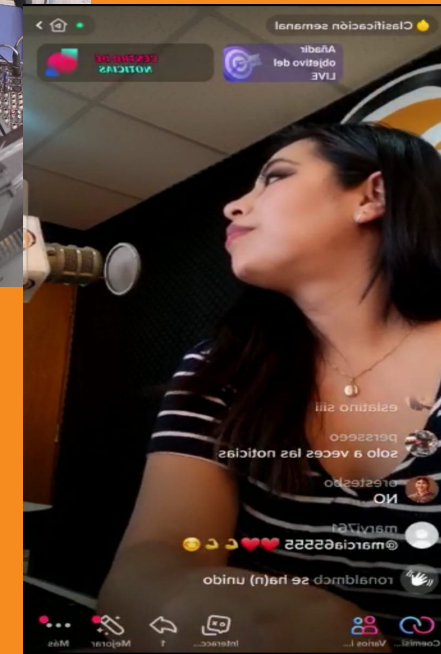
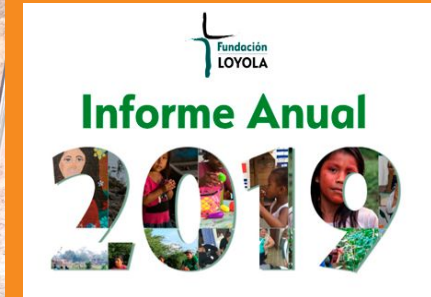
Д-100-1-1000  
Д-100-1-1000  
НАСТРОЙКА





# ¿Cuál es la esencia del trabajo?

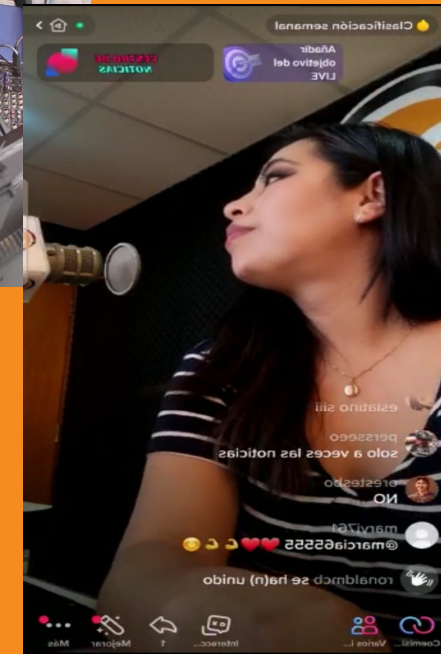
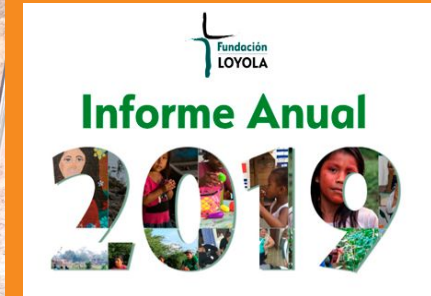
- El último censo de 2012 mostraba que al menos 75 de cada 100 hogares bolivianos escuchaba la radio.
- Innumerables medios de comunicación tradicionales han encontrado un “algoritmo” para que las nuevas plataformas digitales ayuden a sumar -en lugar de restar- cantidades favorables de consumidores de su contenido y aprovechar las potencialidades de las nuevas tecnologías en el público joven.
- Las radios con formatos tradicionales están obligados a migrar al ámbito digital, debido al poder e influencia que tiene las redes sociales, para que vinculen, sobre todo al oyente joven, al lenguaje radiofónico





# ¿Qué es lo mas innovador de la propuesta?

- El proyecto “Prepárate” pretende atraer desde las redes sociales a la radio tradicional a los jóvenes mediante un programa con contenido radial pero también aplicado a redes sociales
- Complementar el lenguaje radiofónico y el lenguaje de las plataformas digitales o redes sociales, creando contenidos que respondan a sus necesidades, a resolver o enfrentar problemas cotidianos de su edad.



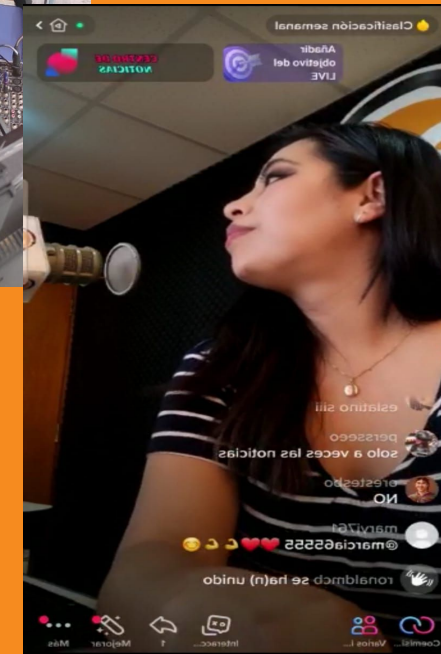
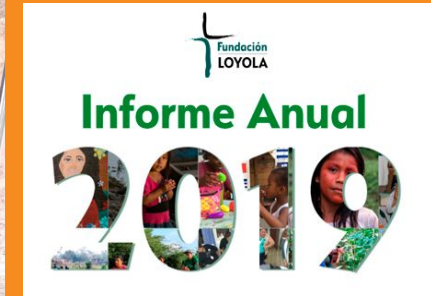
# MAPA DE COMUNIDADES





# ¿Esta idea es disruptiva? ¿Por qué?

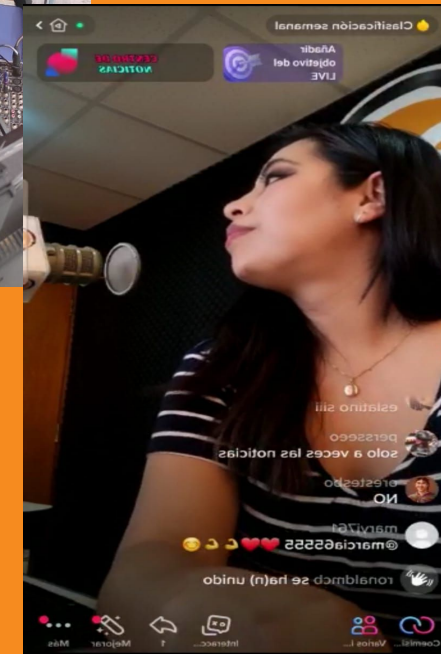
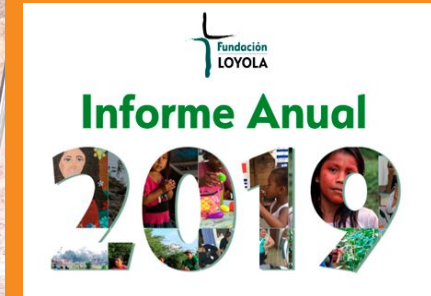
- La idea es disruptiva porque no hemos encontrado en la grilla de ninguna radio local un programa que se enfoque en las jóvenes no desde el entretenimiento sino desde la cotidianidad, desde lo real, desde el valor de lo realmente necesario para enfrentar un día a día. Estamos seguros que los jóvenes quieren, desean escuchar un contenido que les sea útil.





# ¿Qué aspectos sirven para otros periodistas y medios de comunicación?

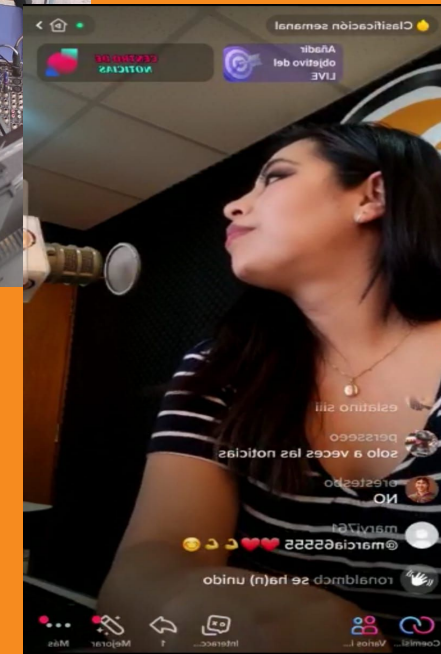
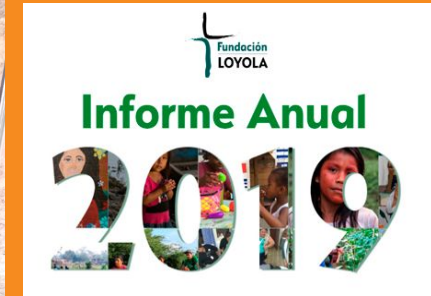
- Producción de contenidos.
- Generar información y a la vez contenido para RRSS.
- Complementación del lenguaje radiofónico y el lenguaje de las plataformas digitales





# Relevancia para la sociedad, medios y periodismo

- Responde a necesidades de un grupo etario.
- Complementa la radio a las RRSS
- Informa sobre hechos que acontecen en el país.

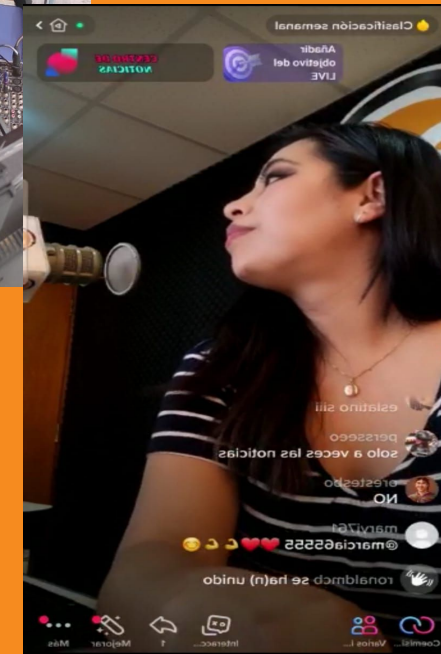
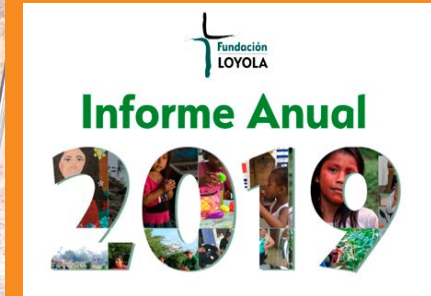






# Relevancia para la sociedad, medios y periodismo

- Responde a necesidades de un grupo etario.
- Complementa la radio a las RRSS
- Informa sobre hechos que acontecen en el país.

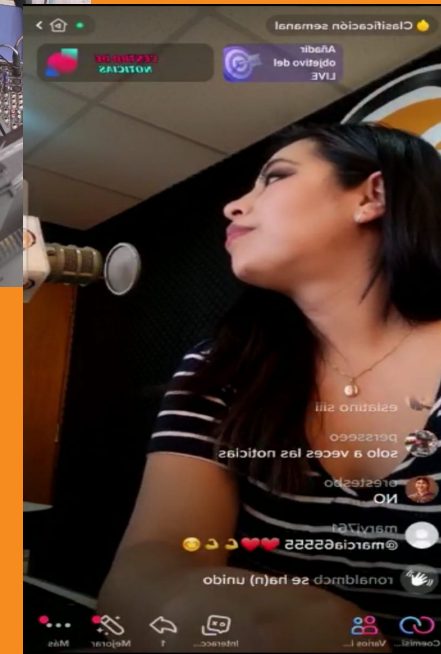
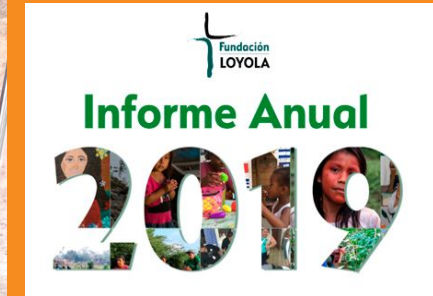




# ELEMENTOS PROTOTIPADOS Y TESTEADOS

## Herramientas Aplicadas

- Revisión documental e Informes sobre las audiencias en el Departamento de Chuquisaca realizadas por ACLO el año 2019.
- Entrevistas a 20 jóvenes de diferentes puntos del país, sobre la percepción de la radio.
- Live del programa de radio en las redes sociales.

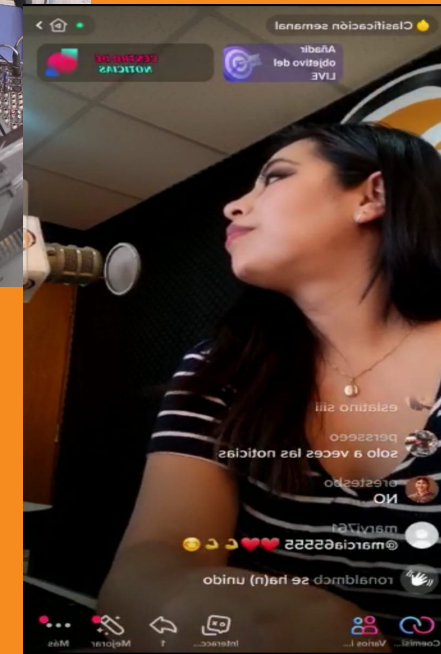
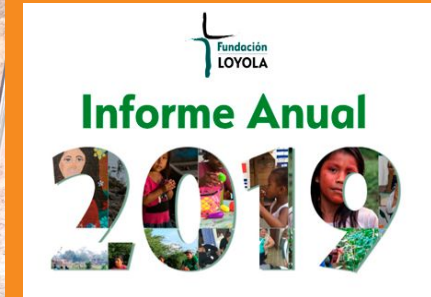




# ELEMENTOS PROTOTIPADOS Y TESTEADOS

## Herramientas Aplicadas

- Programa radial prepárate con cada uno de sus pequeños formatos.
- Cada pequeño formato radiofónico convertido para contenidos de RRSS
- Live del programa de radio en las redes sociales.





# EMPAT IZAR

## Hallazgos de la investigación en la fase de empatía

Una buena parte de los jóvenes entrevistados trabajan, estudian, por lo que **no les alcanza el tiempo para escuchar la radio**. Otros manifiestan un **evidente desinterés** por la radio. Otro grupo sólo se siente atraído por la música, y prefieren escucharla en emisoras contenido más divertido. Sin duda otro grupo importante menciona que **prefieren las Redes Sociales. Como Facebook, You Tube, Tik tok**.

LA PERCEPCIÓN DE LOS JÓVENES SOBRE LA RADIO

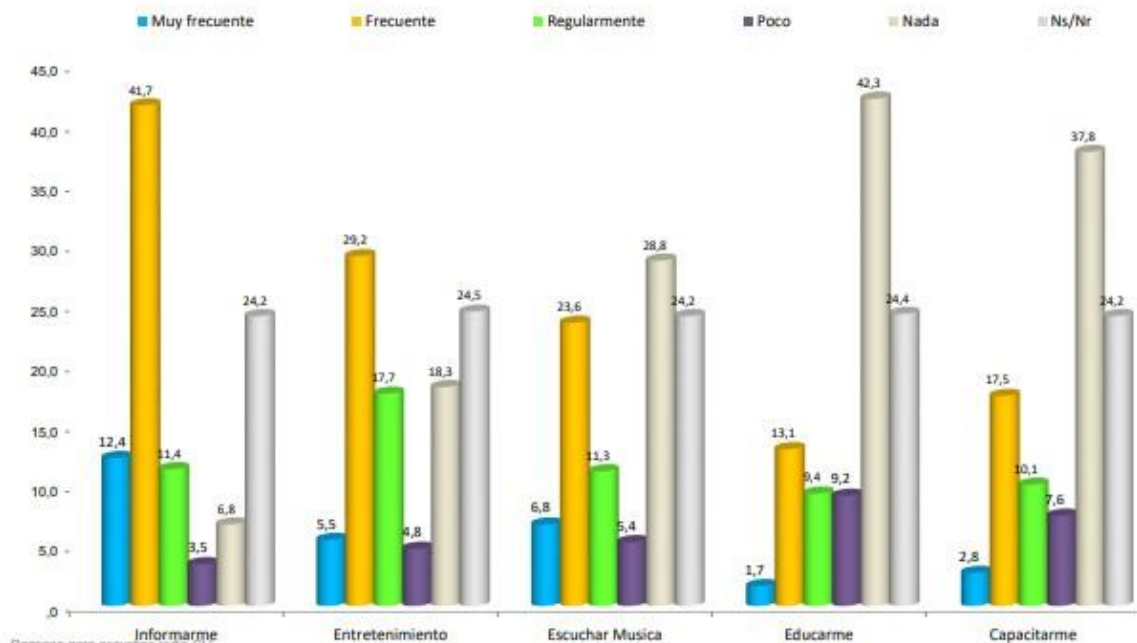




# INFORMES DE AUDIENCIAS



## Frecuencia y razón por la que sí escuchan radio.



Información, entretenimiento, escuchar música y educación, son las razones por las que escuchan radio



## Razón por la que no escucha radio



La razón por la que no escuchan radio, (quienes han indicado no escuchar) es debido a que no tienen radio, y porque no les llama la atención.

Razon de no escuchar radio CH





# INFORMES DE AUDIENCIAS



Chuquisaca

Sobre los medios de comunicación con que la población cuenta y el uso del internet

El internet es usado para buscar sus redes sociales, investigar y estudiar.

La radio es usada para informarse, entretenerse y escuchar música.

## Líneas de conclusión

**E**l 90,10% indica usar el internet ya sea de manera frecuente o regularmente, el mayor uso que le dan es para entrar a sus redes sociales, investigar y estudiar. (De los que dicen usar el internet)

**E**l 3,3% ingresa para escuchar radio.

**L**as redes sociales más usadas es el Facebook y WhatsApp, aunque en porcentajes menores al 10%

**C**onsideran a Facebook como un medio de información.

**E**l periódico mas leído en internet es Correo del Sur.

**L**a población entrevistada indica tener en casa, Televisión y Radio el internet no lo usan en la misma medida que los medios tradicionales

**L**os que dicen tener radio, indican que la usan para informarse, escuchar música y entretenerse.

# MEDIA LAB. 3

# RADIO



INCTA

LA RADIO Y SU  
CONVIVENCIA CON LAS  
NUEVAS TECNOLOGÍAS