



Universidad  
Nacional  
de Loja

**Universidad Nacional de Loja**

**Unidad de Educación a Distancia**

**Carrera de Comunicación**

**Estudio de los programas del fin de semana de Radio Stereo Macará  
104.5 y la aceptación de la audiencia macareña**

**Trabajo de Integración Curricular,  
previo a la obtención del título de  
Licenciada en Comunicación**

**AUTORA:**

**María Luisa Díaz Vaca**

**DIRECTORA:**

**Mg. Sc. Rocío Margoth Elizalde Robles**

**Loja - Ecuador**

**2024**

## Certificación



unl

Universidad  
Nacional  
de Loja

Sistema de Información Académico  
Administrativo y Financiero - SIAAF

### CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **ELIZALDE ROBLES ROCIO MARGOTH**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado **Estudio de los programas del fin de semana en Radio Stereo Macará (104.5) y la aceptación de la audiencia macareña**, perteneciente al estudiante **MARIA LUISA DIAZ VACA**, con cédula de identidad N° **1106029224**.

**Certifico:**

Que luego de haber dirigido el **Trabajo de Integración Curricular**, habiendo realizado una revisión exhaustiva para prevenir y eliminar cualquier forma de plagio, garantizando la debida honestidad académica, se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el/la señor/a docente de la asignatura de **Integración Curricular**, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académico como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Integración Curricular del mencionado estudiante.

Loja, 2 de Agosto de 2024



ROCIO MARGOTH  
ELIZALDE ROBLES

F) \_\_\_\_\_

**DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN  
CURRICULAR**



Certificado TIC/TT.: UNL-2024-001886

## **Autoría**

Yo, **María Luisa Díaz Vaca**, declaro ser autora del presente Trabajo de integración curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de integración curricular, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

**Firma:**



**Cédula de identidad:** 1106029224

**Fecha:** 24 de noviembre de 2024.

**Correo electrónico:** maria.l.diaz@unl.edu.ec

**Teléfono:** 0986467319

**Carta de autorización por parte de la autora para la consulta, reproducción parcial o total y publicación electrónica del texto completo del trabajo de integración curricular.**

Yo, **María Luisa Díaz Vaca**, declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Estudio de los programas del fin de semana en Radio Stereo Macará (104.5) y la aceptación de la audiencia macareña**, como requisito para optar por el título de **Licenciada en Comunicación**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de integración curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, suscribo, en la ciudad de Loja, a los veinticuatro días del mes de noviembre de dos mil veinticuatro.



**Firma:**

**Autora:** María Luisa Díaz Vaca

**Cédula:** 1106029224

**Dirección:** Macará

**Correo electrónico:** maria.l.diaz@unl.edu.ec

**Teléfono:** 0986467319

## **Dedicatoria**

A mi mamá por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad, mi abuelo mi símbolo paterno, mi hija mi mayor fortaleza, mis hermanos y a mi compañero de vida por estar siempre pendientes de mí les dedico todos mis logros incluyendo este. Por eso les doy mi trabajo en ofrenda por su amor y paciencia, los amo.

***Gracias.***

***María Luisa Díaz Vaca***

## **Agradecimiento**

Agradecimiento especial a mí director del Trabajo de Integración Curricular Lic. Rocío Elizalde por brindarme su apoyo y su conocimiento científico, así también por haberme tenido toda la paciencia para guiarme durante el desarrollo de este trabajo de titulación.

Agradezco también al Sr. Darwin Cabrera director de Radio Stereo Macará 104.5 por haberme brindado toda la información necesaria para la realización de mi trabajo.

Para finalizar agradezco a todos quienes fueron mis compañeros de clase durante todos los niveles de universidad, ya que gracias a su compañerismo mis ganas de seguir estudiando nunca se desvanecieron.

*María Luisa Díaz Vaca*

## Índice de contenidos

<b>Portada</b> .....	<b>i</b>
<b>Certificación</b> .....	<b>ii</b>
<b>Autoría</b> .....	<b>iii</b>
<b>Carta de autorización</b> .....	<b>iv</b>
<b>Dedicatoria</b> .....	<b>v</b>
<b>Agradecimiento</b> .....	<b>vi</b>
<b>Índice de contenidos</b> .....	<b>vii</b>
Índice de tablas .....	ix
Índice de Figuras.....	x
Índice de Anexos.....	xi
<b>1. Título</b> .....	<b>xii</b>
<b>2. Resumen</b> .....	<b>2</b>
Abstract.....	3
<b>3. Introducción</b> .....	<b>4</b>
<b>4. Marco teórico</b> .....	<b>8</b>
4.1. La radio .....	8
4.1.2 La radio en Ecuador .....	10
4.1.3 Características de la radio .....	10
4.1.3 Producción radiofónica .....	11
4.1.4 Formatos radiofónicos.....	11
4.2. Audiencia radiofónica .....	12
4.2.1 Tipos de Audiencia.....	13
4.2.2. Audiencia en Radio Stereo Macará.....	13

4.2.3. Posicionamiento radiofónico por audiencias.....	14
4.3. Radio Stereo Macará.....	14
4.3.1. Misión de radio Stereo Macará .....	15
4.3.2. Visión de radio Stereo Macará .....	15
4.3.3 Parrilla de programación .....	16
<b>5. Metodología.....</b>	<b>18</b>
5.1 Definición del tipo de investigación .....	18
<b>6. Resultados.....</b>	<b>22</b>
6.1 Resultados de entrevistas .....	22
6.2 Resultados de las encuestas .....	35
<b>7. Discusión.....</b>	<b>41</b>
<b>8. Conclusiones.....</b>	<b>42</b>
<b>9. Recomendaciones.....</b>	<b>43</b>
<b>10. Bibliografía.....</b>	<b>47</b>
<b>11. Anexos.....</b>	<b>50</b>



## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> Parrilla de programación de Radio Stereo Macará.....	16
<b>Tabla 2.</b> Parrilla de programas del fin de semana de Radio Stereo Macará.....	16
<b>Tabla 3.</b> Preferencia de los macareños para sintonizar radio los fines de semana .....	22
<b>Tabla 4.</b> Horario en que prefiere sintonizar la audiencia macareña Radio Stereo Macará .....	22
<b>Tabla 5.</b> Días en los que la audiencia macareña prefiere sintonizar Radio Stereo Macará .....	22
<b>Tabla 6.</b> Programas de Radio Stereo Macará que son conocidos por su audiencia.....	23
<b>Tabla 7.</b> Programas favoritos de Radio Stereo Macará .....	23
<b>Tabla 8.</b> Programas que sintoniza la audiencia de Radio Stereo Macará .....	24
<b>Tabla 9.</b> Participación de la audiencia en los programas que emite Radio Stereo Macará .....	24
<b>Tabla 10.</b> Canal por el cual la audiencia sintoniza Radio Stereo Macará.....	24
<b>Tabla 11.</b> Opinión de los radioescuchas de Radio Stereo Macará.....	25
<b>Tabla 12.</b> Género musical de preferencia .....	25
<b>Tabla 13.</b> Recomendaciones para el locutor de los programas.....	25
<b>Tabla 14.</b> Entrevista a experto en Radio.....	26
<b>Tabla 15.</b> Entrevista a Director de Radio Stereo Macará .....	31

## Índice de Figuras

<b>Figura 1.</b> Géneros estudiados .....	35
<b>Figura 2</b> Parroquias estudiadas .....	35
<b>Figura 3.</b> Horario de preferencia para sintonizar radio los fines de semana .....	35
<b>Figura 4.</b> Participación de la audiencia con los programas de Radio Stereo Macará....	36
<b>Figura 5.</b> Interés en la creación de un nuevo programa.....	36
<b>Figura 6.</b> Horario en que les gustaría escuchar el nuevo programa.....	37
<b>Figura 7.</b> Canales de recepción de los programas de Radio Stereo Macará.....	37

## **Índice de Anexos**

<b>Anexo 1.</b> Validación de instrumentos de recolección de información.....	50
<b>Anexo 2.</b> Referencia de los programas del fin de semana de radio Stereo macará 104.5 .....	51
<b>Anexo 3.</b> Instrumento 1 (entrevista).....	52
<b>Anexo 4.</b> Instrumento 2 (encuestas).....	53
<b>Anexo 5.</b> Encuesta aplicada en Google forms.....	55
<b>Anexo 6.</b> Enlace de carpeta drive con evidencias .....	55
<b>Anexo 7.</b> Evidencias de aplicación de encuestas .....	56
<b>Anexo 8.</b> Evidencias de grabación de entrevistas .....	58
<b>Anexo 9.</b> Certificado de Traducción del resumen .....	60

## **1. Título**

**Estudio de los programas del fin de semana de Radio Stereo Macará 104.5 y la aceptación de la audiencia macareña**

## 2. Resumen

El estudio de recepción mediática de los programas del fin de semana en Radio Stereo Macará (104.5) de la provincia de Loja en Ecuador y la aceptación de la audiencia macareña de entre 20 y 39 años de edad, pretende indagar en sus preferencias de consumo de este medio de comunicación tradicional, con interés a la programación del fin de semana. Para ello, se aplicó una metodología con enfoque mixto con el fin de profundizar en el tema y proponer un programa piloto dirigido a la audiencia joven del cantón Macará, tomando como base sus preferencias.

La audiencia estudiada se ubica en dos parroquias urbanas del cantón: Eloy Alfaro y San Antonio de Macará, cuya muestra fueron 72 habitantes del cantón Macará. Entre los resultados obtenidos se evidencia la poca interactividad de los macareños con el programa del fin de semana que trasmite Radio Stereo Macará, sin embargo, los radioescuchas del cantón mencionaron la necesidad de contar con un nuevo programa.

Para la creación de la propuesta de un programa piloto se utilizó referencias los resultados de la aplicación de entrevistas realizadas a un experto en radio y al director de Radio Stereo Macará, con el propósito de recolectar información adecuada para la presentación de un nuevo programa denominado, el cual se denominó Verdades.

### **Palabras Clave:**

*Comunicación y radio, Estudio radiofónicos, Medios de Comunicación, Radiodifusión, Radio en Ecuador*

## **Abstract**

The study of media reception of weekend programs on Radio Stereo Macará (104.5) in the province of Loja in Ecuador and the acceptance of the Macareña audience aged between 20 and 39 years old, aims to investigate their consumption preferences of this traditional media, with interest in weekend programming. For this purpose, a methodology with a mixed approach was applied in order to propose a pilot program aimed at the young audience of the Macará canton, taking into account their preferences.

The studied audience is divided between two of the urban parishes of the canton, Eloy Alfaro and San Antonio de Macará, whose sample was 72 inhabitants of the canton Macará. Among the results obtained, the low interactivity of the Macareños with the weekend program broadcast by Radio Stereo Macará is evident; however, listeners of the canton mentioned the need to create a new program.

For the development of the proposal of a pilot program, references from an interview applied to a radio expert and the director of Radio Stereo Macará were used to collect adequate information for the writing of the new program called Verdades.

**Keywords:** *Communication and radio, Radio studies, Media, Broadcasting, Radio in Ecuador*

### 3. Introducción

El presente estudio analiza la recepción mediática de los programas del fin de semana que transmite Radio Stereo Macará (104.5) de la provincia de Loja en Ecuador y su aceptación entre la audiencia del cantón Macará, lo cual permite conocer el comportamiento de los radioescuchas de esta emisora y da paso a la sugerencia de un programa piloto que responda a dichas demandas.

Se trata de un estudio con enfoque mixto que indaga en el comportamiento de recepción por parte de la audiencia, sobre la programación que la Radio Stereo Macará presenta los fines de semana, lo cual, vuelve relevante al presente análisis al abordar un ámbito poco indagado en cuanto a los estudios de la radio, al centrarse en los contenidos difundidos los sábados y domingos.

En la actualidad los cambios en el comportamiento y presencia de consumo de contenidos de radio, traspasa barreras de lo provincial, nacional e internacional y esto con ayuda de las nuevas tecnologías y los medios digitales.

Considerando este contexto, con base en los antecedentes es necesario evaluar y analizar la parrilla de programación del medio con el objetivo de lograr que la audiencia se acerque y se interese más por la programación que transmite la radio y se logre satisfacer los gustos de los jóvenes del cantón.

Para cumplir con el objetivo es necesario comprender los elementos que influyen en los gustos y preferencias de los oyentes jóvenes al momento de elegir el tipo de medio de comunicación con el cual se conectan a interactuar.

En la actualidad el consumo mediático de la radio como medio de comunicación tradicional en Ecuador ha disminuido, sobre todo, en la audiencia joven cuyas edades se encuentran entre 20 a 39 años de edad. Algunos factores para que ocurra esta alteración en el consumo de radio, un medio que en otras décadas gozó de posicionamiento y consumo alto, se constata en el surgimiento de nuevas formas comunicativas que trastocan el ecosistema mediático, como es el caso de los medios digitales.

Desde este contexto se observa que la presencia activa de redes como Facebook determina la existencia de nuevas preferencias de consumo de medios e influye directamente en una

disminución de consumo de radio tradicional. Esto se observa en el cantón Macará, concretamente con la Radio Stereo Macará.

A escala local los programas de radio necesitan recuperar actualidad y relevancia entre la agenda de los oyentes. Una de las principales causas para la falta de interés y respuesta por parte de la audiencia en programas radiales es la ausencia de una oferta atractiva para esta población ya que se observa que el contenido es específicamente musical sin variedad de géneros musicales, por otro lado las condiciones de operación y el inicio de emisiones por internet han ayudado significativamente al mantener vigentes los programas radiales sobre todo los fines de semana, teniendo en cuenta que “el éxito no solamente depende de una buena programación; sino también de la señal que produzcas al aire; ya que la misma sirve para que el oyente se sienta complacido y a gusto con un sonido” (Tipanluisa, 2019). Los factores que han influido en el cambio del comportamiento de la audiencia de radio en sectores del Ecuador, como Macará son la falta de propuestas innovadoras y atractivas de contenido radiofónico.

La comunicación radiofónica en el cantón Macará en la provincia de Loja al sur de Ecuador necesita encontrar un espacio para lograr mayor presencia en la vida de los macareños. Radio Stereo Macará los fines de semana presenta una programación que se caracteriza por ser corta, acompañada de la transmisión en vivo de la eucaristía a través de su página de Facebook, los días sábados en la mañana inician su programación con el programa “Ritmo al fin de semana” programa que ha trascendido a lo largo de 10 años y que actualmente también se transmite en vivo en su página de Facebook. Este estudio se centra en una de las radios más escuchadas localmente cuya pregunta central de estudio plantea ¿Cómo Stereo Macará puede mejorar la interactividad de los oyentes con sus programas del fin de semana?

En la provincia de Loja el consumo mediático de la radio está presente ya que existen 38 radios (Coordicom, 2024). En el cantón Macará existen dos radios FM que están registradas en Coordicom, Radio Stereo Macará y Climax FM y Alborada Radio que data desde hace cuatro años y es de tipo online.

Radio Stereo Macará es un medio de comunicación y de entretenimiento con ocho programas registrados en su parrilla de programación, además es la radio más antigua del cantón operando desde el uno de octubre del 2004 con 36 mil seguidores en su página de



Facebook es la de mayor número en comparación a las otras dos radios del cantón, los fines de semana tiene en su programación dos contenidos, a todo ritmo que se emite el día sábado y la eucaristía el día domingo cuya comunidad de seguidores llega a su página de la red social Facebook.

Este estudio parte de la recepción mediática que permite examinar la información que ayudará a comprender las características de la audiencia de la radio durante los fines de semana, además con los datos obtenidos se propondrá un programa piloto acorde a las necesidades y preferencias de la audiencia macareña.

El tener una nueva propuesta de programación dirigida a la juventud como público objetivo nos permite llamar su atención y de este modo conseguir interés para obtener un mayor acercamiento por parte de las nuevas generaciones y que éstas quieran relacionarse directamente con un medio tradicional.

Los estudios de recepción sobre las audiencias de los fines de semana son escasos lo cual vuelve el tema relevante para aportar en el campo de la comunicación radiofónica y su relación con sus audiencias, de manera especial, a comprender dicho fenómeno o temas de la provincia de Loja.

## **Objetivos de investigación**

### **General**

- Analizar la recepción mediática de los programas del fin de semana en Radio Stereo Macará (104.5) y la aceptación de la audiencia macareña, entre los habitantes de Macará, identificando sus preferencias.

### **Específicos**

- Identificar las preferencias de consumo radiofónico en la audiencia de Radio Stereo Macará (104.5) entre los habitantes de entre 20 y 39 años de edad.
- Describir las preferencias de contenido de la audiencia analizada.
- Proponer un programa radial piloto que responda a las presencias de contenido de la audiencia analizada, durante los fines de semana.

### **Pregunta de investigación:**

- ¿Cómo Stereo Macará puede mejorar la interactividad de los oyentes con sus programas del fin de semana?

## 4. Marco teórico

### 4.1. La radio

La radio representa uno de los medios tradicionales más importantes de los últimos 90 años ya que es un medio integrado en la sociedad. Desde su aparición ha experimentado varias transformaciones, siendo que en las dos últimas décadas los cambios han sido drásticos, debido al fenómeno de la globalización, impulsado por la tecnología digital (Terceiro, 1996).

La inmediatez que ofrece la radio es una de sus más importantes fortalezas, de acuerdo a Lipovetsky en *El imperio de lo efímero*, "las interpretaciones del mundo han sido liberadas de su anterior gravedad y han entrado en la atrevida embriaguez del consumo y del servicio al minuto". Actualmente la velocidad para transmitir información es crucial para el interés de la sociedad siendo un factor relevante para el éxito de un medio de comunicación tal como lo es la radio. Desearía que la radio no imitará a la televisión, porque lo que ésta persigue con los telediarios no es informar, sino "agitar al público para aumentar la audiencia" (Roldan, 2020).

La radio rápidamente se hizo parte fundamental de la cotidianidad humana, estando presente junto a los trabajadores en sus jornadas y a los conductores en las vías, ya que nos brinda la posibilidad de escuchar un programa sin tener la necesidad de ocupar otros sentidos. La radio dio inicio a la era de las comunicaciones que se consideraron masivas en el mundo, es decir, este medio se logró convertirse en el espacio que proporciona información para miles de personas en todo el mundo, así mismo como uno de los primeros medios de comunicación utilizados para emplear la divulgación de discursos políticos, años más tarde permitió la difusión de publicidad, entreteniendo, musicales, otros.

Tras la suma de participaciones de varios científicos la radio se hizo posible. "En 1888, Enrique Hertz descubre que una descarga eléctrica produce un arco metálico conductor a un metro de distancia, entre dos esferas, dentro de una misma habitación" (García, 1998). Gracias a este estudio nace la teoría que hoy conocemos como "Las ondas hertzianas", que demuestran que la energía eléctrica es capaz de propagarse por el espacio. Investigadores como Volta, Oersted, Maxwell y otros trabajaron sobre esta teoría, persiguiendo un mismo ideal: lograr comunicarse a distancia. En 1892 científicos como

Sir William Crookes y Lodge aportaron en el empleo de las ondas hertzianas para la transmisión de mensajes, esta iniciativa permitió el paso hacia la telegrafía que dio un impulso a la comunicación a distancia; después, “Guillermo Marconi empleo los adelantos de Hertz, y con un pequeño transmisor creado por Righi, enviará impulsos eléctricos a 60m los que aumentaron hasta lograr los 1,000 m en 1897” (Félix, 1991). Años más tarde, el inventor italiano Guillermo Marconi estableció una comunicación entre Inglaterra y Francia, demostrando así la gran capacidad de este medio. Los trabajos realizados por Marconi y su sistema de transmisión rápidamente fueron utilizados como un medio de comunicación entre el mar y la tierra. La radiotelegrafía fue fundamental para lograr la comunicación a distancia, siendo el punto de partida para que años más tarde se lo conociera como radio. John Fleming, inglés y Lee de Forest, estadounidense, se les atribuye el descubrimiento de las válvulas de electrodos (diodo y tríodo) en 1903 y 1907 respectivamente. A estas válvulas también se les ha llamado “tubos al vacío” o “válvulas amplificadoras” (Félix, 1991) logrando amplificar y aumentar la intensidad de las señales eléctricas que producía un transmisor de telefonía sin hilos. El reto que nació en aquel entonces era poder lograr que esas señales sean audibles, transformando el sonido en señales eléctricas que, lanzadas por un transmisor, sean captadas por un receptor que a su vez las convierte en vibraciones sonoras, así, San Félix explica que “la transmisión de la voz humana por medio de ondas electromagnéticas moduladas comenzó a ser experimentada en 1900 por (Fessenden R. A., 1991).

El año de 1920 la radiodifusión comienza a ser un medio de comunicación que se desarrolla a escala global a punto de convertirse en uno de los tres medios de comunicación masiva más importantes de la edad moderna, conjuntamente con la televisión y la prensa escrita, tecnificando; un motivo de recreación, de cultura y de información (García, 1998).

La radio se considera masiva por el hecho de llegar de forma simultánea a una gran cantidad de personas, pero al mismo tiempo también es un medio de comunicación selectivo, ya que cada radio dirige sus mensajes a grupos previamente identificados. El producir radio requiere de creatividad ya que tiene un recurso extraordinario como el sonido el cual permite utilizar recursos novedosos y sugestivos para transmitir mensajes con fuerza de persuasión.

### **4.1.2 La radio en Ecuador**

La radio en el Ecuador nace en la segunda década de 1900, en medio de un clima agitado por la política regionalista y, por la incertidumbre económica que en aquellos tiempos azotaba a toda la nación (Yaguana. H y Marín. I, 2014).

La primera emisora que se consideró oficial fue Radio El Prado que nace en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, el 13 de junio de 1929 (Álvarez, 2012).

En Quito capital del Ecuador en el año 1929 nació una radio llamada Radiodifusora Nacional HC1DR, considerada una radio experimental que fue promovida por el Estado de Isidro Ayora. Transmitía únicamente por las noches, en su programación constaba de: música interpretada por artistas nacionales, transmisión de eventos deportivos y de vez en cuando alguna noticia nacional, su transmisor sólo permitía la cobertura de la ciudad (Yaguana. H y Marín. I, 2014).

En 1935 fue cerrada por disposición gubernamental a pesar que sus equipos y transmisor estaban en buenas condiciones y funcionaban perfectamente. Sin embargo en fechas especiales cuando, de acuerdo al tipo de evento esta radio abría su señal momentáneamente, en respuesta a dicha demanda. Se mantuvo con esa modalidad hasta 1940, año en el cual dejó de ser experimental y se convirtió en Radio Nacional del Ecuador, como aún en la actualidad se la conoce.

### **4.1.3 Características de la radio**

Son varias las características que tiene la radio como su inmediatez, amplitud de programación que es lo que la hace distinguirse como un medio de comunicación. Estas, además, han contribuido a su longevidad y popularidad a lo largo de los años y le han permitido adaptarse especialmente bien a los cambios tecnológicos y a las necesidades y preferencias de los usuarios (Martínez, 2023).

Las características que hacían que la radio se diferencie de los demás medios de comunicación eran la ubicuidad, la instantaneidad y la movilidad, y esto influía directamente en su éxito entre la audiencia porque les ofrecía unas condiciones de escucha con las que no podían competir ni la prensa ni la televisión (Pérez, 2013).

Sin embargo estas particularidades dejaron de ser exclusivamente de la radio con la llegada de Internet, que pudo introducir las posibilidades de ofrecer una comunicación

instantánea, globalizada y accesible desde cualquier momento y en cualquier lugar, independientemente del soporte (Corredora, 1999).

#### **4.1.3 Producción radiofónica**

Cuando nos referimos a producir en radio Martínez (2002), asegura que “por producción radiofónica se puede entender el proceso creativo que implica la aplicación de varias técnicas, destrezas y hábitos informativos cuyo ámbito de trabajo se centra en la realización y creación de programas, en directo o grabados, la realización técnica de elementos de identificación o de continuidad, o en la elaboración de un producto radiofónico ya sea de la naturaleza informativa o de creación que tienen como objetivo la difusión de la programación” Tipanluisa, H. (2019) señala que la producción radiofónica y su relación tecnológica ha provocado varios cambios, dejando a un lado las alternativas manuales, y dando lugar a lo digital; sin embargo estos cambios han ayudado a las empresas a realizar su programación de mejor manera y en un tiempo corto.

#### **4.1.4 Formatos radiofónicos**

Con ayuda de los formatos radiofónicos se puede transmitir mensajes de varias formas Valencia (2013) nos dice que “en el ámbito de los formatos radiofónicos podemos mencionar a los de mayor difusión; musicales y hablados, estos últimos son considerados los más importantes, ya que nos permite expresar ideas, sentimientos e inquietudes transmitiendo mensajes; pero sin dejar de lado el apoyo de la música como un complemento infalible”.

Según Kaplan existen doce formatos básicos y esenciales, los cuales han sido utilizados por la mayoría de medios; pero en su primera clasificación hace referencia a tres tipos de programas, las cuales se basa en el número de voces que intervienen, estas son:

1. En forma de monólogo
2. En forma de diálogo
3. En forma de drama

Los formatos radiofónicos son necesarios para poder crear programas de radios y locución. “Son de producción más difícil que los anteriores, pero más radiofónicos. Ofrecen más atractivo e interés por la variedad de voces y más posibilidades educativas por el intercambio de distintas posiciones y opiniones.” (Kaplan, 2006:156).

Los doce formatos son los siguientes:

- Charla (expositiva, creativa, testimonial)
- El noticiero (formato noticia)
- La nota o crónica
- El comentario
- El diálogo (diálogo didáctico, radio consultorio)
- La entrevista informativa
- La entrevista indagatoria
- El radio periódico
- La radio-revista (programas misceláneos)
- La mesa redonda (propriadamente dicha, debate o discusión)
- El radio-reportaje (a base de documentos vivos, a base reconstrucciones-relato con Montaje)
- La dramatización (unitaria, seriada, novelada)

En la actualidad dichos formatos de contenidos se mantiene incluido la radio online y algunos programas de streaming con video cuando los locutores emplean podcast como “El Hueco” de Jonathan Estrada

#### **4.2. Audiencia radiofónica**

En el ámbito académico y comercial se debe tener en cuenta que la audiencia de una emisora de radio va a variar dependiendo de la parrilla de programación que se ofrezca y la relación con la que se establezcan los radioescuchas.

La audiencia radiofónica puede hacer referencia a un cierto conjunto de personas que entra en contacto con una radio por un lapso de tiempo determinado.

(Morales, 2019) dice que conocer las audiencias supone conocer colectivos que puedan ser unificados en cuanto a, preferencias, gustos y necesidades que les pueden otorgar una cierta identidad común. Además, supone reconocer algunos hábitos ligados a una marca estructural que puede estar vinculada a la experiencia cultural de ser un público de los medios, se reconocerse entre sus interpelaciones y poder lograr constituir identidades colectivas desde aquel reconocimiento. De este modo, conocer las audiencias supone lograr reconocer que han sido modeladas desde la cultura masiva, desde los diferentes consumos y prácticas culturales que se articulan con rutinas cotidianas que también están marcadas por las relaciones con esos medios (Morales, 2019).

#### **4.2.1 Tipos de Audiencia**

En el estudio de la radio importa conocer qué es una audiencia y cuáles son los tipos de audiencias más frecuentes, saber que existen diversos tipos de audiencia y son fundamentales para el medio, estas se van a distinguir según sea su nivel de confianza con el medio, frecuencia con la que se sintonice, conocimiento del tema que se expone.

Martín González, como cita Piñeiro 2015, interpreta que:

Cuando se menciona el término audiencia social, se lo atribuye a aquellos oyentes que escuchan radio e interactúan mediante las diferentes plataformas tecnológicas. El volumen y sentimiento de los comentarios en torno a un programa radiofónico en redes sociales constituye un barómetro de su repercusión y del grado de compromiso de su audiencia social (p.822).

Uno de los tipos de audiencia que existes en la audiencia social que está relacionada directamente con radioescuchas de plataformas digitales “la gente, está al tanto con la navegación del internet, sólo, con encontrarse conectada a la red social ya está interactuando con la radio de su localidad e incluso existe la participación de la audiencia con el medio” (Chiliquinga, 2017)

Por otro lado según Delgado, Yaguana 2014, manifiestan:

La audiencia neta es el total de personas que han recibido un mensaje radiofónico al menos una vez y la audiencia útil se define como el total de personas comprendidas de una audiencia neta, a quienes va dirigido un determinado mensaje radiofónico (p.72).

Este tipo de audiencia se enmarca en el número de veces que se encuentran informándose a través de un contenido que es emitido, a quienes está dirigido y lo que se está transmitiendo.

#### **4.2.2. Audiencia en Radio Stereo Macará**

Los habitantes del cantón Macará consumen radio como medio informativo y de entretenimiento, destacándose Radio Stereo Macará como uno de los medios más conocidos en el cantón siendo el de mayores seguidores en su página de Facebook superando los 30 mil.

La radio en Macará ha logrado adaptarse de manera que a través del internet y las redes sociales sigue igual de presente en la vida de sus oyentes así como lo era años atrás. Según



menciona Cabrera (2024) el rango de edades de su audiencia es de personas de más de 35 años y prefiere participar en los programas mediante mensajes a través de WhatsApp o comentarios en las transiciones en vivo que se realizan en la página de Facebook de la radio, las llamadas al teléfono convencional no son frecuentes.

Al momento de desarrollar el presente estudio se identifica que no existe literatura sobre los estudios radiofónicos del cantón Macará, por lo cual, se ha recopilado información primaria mediante entrevistas que permiten identificar cómo se caracteriza el consumo de la Radio Stereo Macará.

#### **4.2.3. Posicionamiento radiofónico por audiencias**

Algunas audiencias jóvenes tienen la idea de que los programas de diversión son los preferidos, escuchan más entretenimiento que información, los dispositivos móviles ganan espacio en cuanto a mantenerles informados, las redes sociales han dilatado la demanda informativa de forma significativa en radio, probablemente debido a que los jóvenes desean huir de problemas cotidianos como sus trabajos o estudios (Suing, Ordóñez, & Ortíz, 2018). Los radioescuchas, se han habituado a oír no para pensar, sino para distraerse, en busca de un placer fácil (Kaplum, 1978).

Al Ries y Jack Trout (2018) conciben que el posicionamiento comienza con un producto, esto es, un servicio, una mercancía, una compañía, una institución o incluso se podría considerar una persona, tal vez con usted mismo. Sin embargo, el posicionamiento no es lo que una persona hace con un producto, sino lo que puede hacer con la mente del cliente prospecto, así es, cómo posiciona el producto en la mente de éste. Por esta razón es incorrecto hablar del concepto “posicionamiento de producto”, como si se hiciera algo con el mismo producto. El posicionamiento también considera, la primera serie de pensamientos que abordan los problemas que apenas alcanzamos a escuchar en una Sociedad sobre comunicada como la nuestra (Al Ries, 2018).

Las características de la audiencia se convierten en un factor determinante que las emisoras deben tomar como referencia principal a la hora de diseñar y de programar sus contenidos (Pérez, 2013).

#### **4.3. Radio Stereo Macará**

La radio es considerada como el segundo medio convencional de entretenimiento cultural, deportivo, informativo, musical y social con las preferencias de consumo en Ecuador.

Radio Stereo Macará es una emisora de radio en frecuencia modulada (FM) que cuenta con lo último de la tecnología digital en equipo de radiodifusión, en sus primeros años de emisión emitía su señal desde la ciudad de Macará a través de los 99.7 MHz (Megahertzios), en el 2017 cambió su señal al 104.5 FM (Cabrera, 2024).

Su área de cobertura alcanza el cantón Macará con sus parroquias, parte de los cantones vecinos: Zapotillo, Sozoranga, Celica y el norte del Perú. Tiene una gran variedad de programas y una excelente calidad de sonido en su señal, gozando de gran sintonía en el público de todas las edades. Son una de las estaciones radiales más escuchadas en el sur de la provincia de Loja y norte del Perú. (Radio Stereo Macará, 2014)

#### **4.3.1. Misión de radio Stereo Macará**

Ser un medio de comunicación que brinde entretenimiento, cultura, información, con una constante capacitación de nuestro recurso humano, apoyados en la tecnología para ser cada día mejores. (Radio Stereo Macará, 2014)

#### **4.3.2. Visión de radio Stereo Macará**

La visión de Radio Stereo Macará es:

Convertirnos en el corto plazo, en un medio con una alta credibilidad en la comunidad, con una programación actualizada de alto nivel las 24 horas del día, impulsando la participación, la cultura, la educación y el entretenimiento de la comunidad. Difundiendo nuestra señal a través de las últimas tecnologías de la comunicación, para ampliar nuestro número de oyentes (Radio Stereo Macará, 2014).

### 4.3.3 Parrilla de programación

**Tabla 1.** Parrilla de programación de Radio Stereo Macará

Lunes a Viernes	
Programa	Planeta Musical
Horario	09H00 - 12H30
Sinopsis	Programa interactivo de variedades: con los últimos éxitos musicales, informativo, notas de farándula, etc.
Programa	Sucesos
Horario	12H30 - 13H30
Sinopsis	Informativo estelar de Stereo Macará con el resumen diario de las noticias, locales, provinciales nacionales e internacionales y entrevistas a personajes que hacen noticia.
Programa	Música social
Horario	17H30 - 18H15
Sinopsis	Con la proyección de música urbana, y latinoamericana.
Programa	Voces y melodías
Horario	18H15 - 19H15
Sinopsis	Programa de música nacional con locución en directo
Programa	Sucesos
Horario	19H15 - 20H30
Sinopsis	Noticiero segunda edición
Programa	Noches románticas
Horario	20H30 - 00H00
Sinopsis	Programa interactivo con pensamientos, poemas y música para el corazón.

**Nota:** La tabla contiene los programas que se transmiten en la actualidad.

**Tabla 2.** Parrilla de programas del fin de semana de Radio Stereo Macará

Sábado y Domingo	
Programa	Viva la Farra
Horario	20H00 - 00H00
Sinopsis	Músicaailable para el fin de semana.
Programa	Ritmo al fin de semana

Horario	08H00 - 10H00
Sinopsis	Programa de música actual en el fin de semana.

**Fuente:** Elaboración propia

La parrilla de programación que presenta Radio Stereo Macará en su página web es fija, sin embargo muestra una descripción que anuncia que puede variar sin previo aviso. Los programas colocados son los transmitidos desde la fecha de inicio de este estudio.

## **5. Metodología**

Las fases y procesos metodológicos que se plantean para someter el siguiente estudio tomando en cuenta su red social Facebook y tiene un enfoque mixto ya que se usara técnicas de recolección de datos cuantitativos y cualitativos para obtener como resultado obtener la formulación de un “Estudio de los programas del fin de semana en Radio Stereo Macará (104.5) y la aceptación de la audiencia macareña” se enfocan en un diseño metodológico completo, que ejecuta la delimitación del perímetro de estudio, el tipo de análisis, las herramientas de recolección y evaluación de datos así como el desarrollo de las técnicas de investigación a continuación propuestas.

### **5.1 Definición del tipo de investigación**

Esta investigación es un estudio de caso ya que su objetivo es estudiar y analizar los programas de fin de semana de Radio Stereo Macará y su recepción mediática. El procedimiento consistió en obtener un conocimiento concreto, contextual y a profundidad sobre una interactividad de los macareños con Radio Stereo Macará y el resultado permitió explorar las características, significados e implicaciones clave del caso.

### **Programación a analizar**

Programa: Ritmo al fin de semana

Horario: sábado y domingo de 08h00 - 10h00

Sinopsis: programa de música actual en el fin de semana.

## Área de estudio



Imagen 1: delimitación del área geográfica de estudio.

El objeto de estudio geográficamente radica en la zona sur de la provincia de Loja, específicamente en el cantón Macará parroquia San Antonio de Macará, cantón que cuenta con cinco medios de comunicación entre dos radios, una radio online, dos canales de televisión

## Método

Cumpliendo con los parámetros requeridos para la realización de este estudio se utilizarán dos métodos de estudio. Inductivo El método inductivo es fundamental para todas las ciencias que de un número limitado de observaciones particulares deducen una ley general sobre la naturaleza o el comportamiento de las cosas (Beck, 1968), nos da la oportunidad de recolectar datos y segmentar la información para observar el comportamiento de algunos oyentes de los programas del fin de semana de Radio Stereo Macará 104.5 para poder deducir qué tipo de programación les puede gustar más y poder crear un nuevo programa; analítico. El método analítico “es un camino para llegar a un resultado mediante la descomposición de un fenómeno en sus elementos constitutivos” (Lopera, 2010). Además se considera una herramienta indispensable en el proceso de

investigación científica. Consiste en una serie de pasos ordenados que ayudan a los investigadores a entender fenómenos complejos a través de la división del problema en partes más pequeñas el estudio incluye investigación literaria, opinión pública, pruebas científicas y meta análisis, por lo que se va a incluir datos y otros hechos importantes que son pertinentes al proyecto.

### **Enfoque metodológico**

El presente trabajo se sustenta en la aplicación de un enfoque de investigación mixto (cuantitativo diseño no experimental, transeccional /cualitativo diseño exploratorio). La metodología cuantitativa es una herramienta, proporciona información objetiva estadísticamente confiable, que para la mayoría puede ser relativamente fácil entender, como por ejemplo: un gráfico de pastel o un histograma (Pelekais, 2000). Según Barrantes (2014) el enfoque cualitativo es denominado naturalista-humanista o interpretativo, y cuyo interés “se centra en el estudio de los significados de las acciones humanas y de la vida social” (Barrantes, 2014 p. 82).

Esta investigación permitirá el análisis y la recopilación de datos contrastados con los principales actores de la información que reforzarán las teorías expuestas. Incluye datos cuantitativos como información cerrada para medir actitudes, se analiza estadísticamente las puntuaciones recopiladas a través de encuestas, para responder a las preguntas de investigación, también se recopila información mediante entrevistas. El análisis de los datos cualitativos permitirá conocer la diversidad de las ideas reunidas durante la recopilación de datos.

En este estudio solo se utilizaron datos obtenidos mediante entrevistas, encuestas físicas y online en el mes de mayo y junio del año 2024.

### **Población**

Se considera población al conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. "El universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales entre otros". (Pineda et al 1994:108). En este estudio la población se centró en 3.625 habitantes del cantón Macará que pertenecen a 2 de las parroquias urbanas del cantón, San Antonio de Macará y Eloy Alfaro, cuya muestra seleccionada fueron 67 macareños de entre 20 años a 39 años de edad, el universo de este estudio se escogió

pensando en la realización del estudio ya que no es posible contactarse con todas las parroquias rurales de Macará por distintos factores como: falta acceso a internet, vías cerradas por mantenimiento, se tomó en cuenta un rango de edad específico para poder obtener resultados claros que permiten la elaboración de una propuesta de un programa piloto para Radio Stereo Macará 104.5 que va dirigido a personas jóvenes.

### **Procedimiento**

Debido a la proyección de este estudio el enfoque metodológico que se empleó fue mixto, aplicando técnicas cuantitativas y cualitativas que permitieron el análisis y estudio de la aceptación de la audiencia macareña en los programas del fin de semana de Radio Stereo Macará con el propósito de la creación de un programa radiofónico acorde a las preferencias de sus oyentes.

### **Técnicas**

- Entrevistas

Se realizaron entrevistas semiestructuradas con 11 preguntas a 25 habitantes del cantón Macará para obtener datos sobre sus preferencias para interactuar en un programa de radio, su visión y análisis.

- Encuestas

Se llevaron a cabo 22 encuestas online a través de Google Forms con 13 preguntas y 27 encuestas físicas con las mismas preguntas.



## 6. Resultados

Para conocer los resultados de este estudio se tomó como referencia al cantón Macará, 2 de sus parroquias urbanas, San Antonio de Macará y Eloy Alfaro. La muestra que se estudió da un total de 72 jóvenes del cantón Macará, los entrevistados son 25 y los encuestados son 47 macareños.

Para determinar la aceptación de la audiencia juvenil macareña de los programas del fin de semana de Radio Stereo Macará, comprendida en las edades 20-39 años del cantón Macará, se aplicó 2 técnicas de recolección de datos, la entrevista y la encuesta que responden al objetivo de estudiar la aceptación de la audiencia. Con el siguiente análisis de resultados.

### 6.1 Resultados de entrevistas

**Tabla 3.** Preferencia de los macareños para sintonizar radio los fines de semana

	Yasser Lapo Abg. del cantón Macará	Daimary Galván Estudiante	Katherine Morocho Ama de casa	Juan Jiménez Chofer profesional (Taxista)	José Cueva Policía
¿Los fines de semana sintoniza la radio?	“Claro, especialmente la radio Stereo Macará”	“Sí, todos los fines de semana”	“Sí, a veces”	“La verdad muy poco”	“Sí, a veces”

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 4.** Horario en que prefiere sintonizar la audiencia macareña Radio Stereo Macará

	Yasser Lapo Abg. del cantón Macará	Daimary Galván Estudiante	Katherine Morocho Ama de casa	Juan Jiménez Chofer profesional (Taxista)	José Cueva Policía
¿Qué hora prefiere para sintonizar Radio Stereo Macará?	“En las mañanas y en las horas del almuerzo”	“Personalmente prefiero que sintonice por las mañanas”	“En la mañana cuando hago mis cosas”	“Sinceramente a partir de las 7 de la noche casi no hay mucho movimiento y uno se concentra más escuchando la radio”	“La verdad en las mañanas por motivo de que me encuentro un poquito desocupado”

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 5.** Días en los que la audiencia macareña prefiere sintonizar Radio Stereo Macará

	Yasser Lapo Abg. Del cantón Macará	Daimary Galván Estudiante	Katherine Morocho Ama de casa	Juan Jiménez Chofer profesional (Taxista)	Jose Cueva Policía
¿En qué día sintoniza mayormente la radio?	“Se sintonizar los fines de semana, pero diariamente también”	“Los fines de semana”	“De lunes a viernes a veces de lunes a jueves así”	“A veces los días miércoles y jueves que no hay mucho movimiento aquí en la parada pues escucho un poco la radio”	“Lunes, miércoles y viernes se podría decir”

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 6.** Programas de Radio Stereo Macará que son conocidos por su audiencia

	Yasser Lapo Abg. del cantón Macará	Daimary Galván Estudiante	Katherine Morocho Ama de casa	Juan Jiménez Chofer profesional (Taxista)	José Cueva Policía
¿Conoce alguno de los programas del fin de semana de Radio Stereo Macará 104.5?	“Por el momento desconozco”	“Sí, por ejemplo el programa ritmo al fin de semana”	“Ritmo al fin de semana el sábado pero por Facebook”	“La verdad desconozco, pero solo sé cuándo pongo la radio sale esa canción y me quedo, me gusta”	“Sí, ritmo al fin de semana”

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 7.** Programas favoritos de Radio Stereo Macará

	Yasser Lapo Abg. del cantón Macará	Daimary Galván Estudiante	Katherine Morocho Ama de casa	Juan Jiménez Chofer profesional (Taxista)	José Cueva Policía
¿Cuál es su programa favorito del fin de semana de Stereo Macará?  - ¿Por qué es su programa favorito?	“Claro lo que es las noticias y los deportes porque me gusta estar informado sobre lo que pasa a mi alrededor, lo que pasa en mi localidad, la ciudad y en nuestro país”	“Mi programa favorito es ritmo al fin de semana porque me deleita con diferentes ritmos de música”	“No recuerdo el nombre”	“Los días viernes en sí me gustan cuando los escucho porque saben poner música antigua y es bonito escuchar”	“Es el mismo porque es el que más me llama la atención, es ritmo al fin de semana es algo chévere”

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 8.** Programas que sintoniza la audiencia de Radio Stereo Macará

	Yasser Lapo Abg. del cantón Macará	Daimary Galván Estudiante	Katherine Morocho Ama de casa	Juan Jiménez Chofer profesional (Taxista)	José Cueva Policía
¿Qué tipos de programas le gusta sintonizar?	“Cuando dan las noticias, cuando los fines de semana ponen los deportes, ponen también lo que es enfocado a la música, a lo que pasa a nivel mundial”	“El noticiero, telediario y ritmo al fin de semana”	“La música”	“La verdad los programas deportivos porque uno se entera cómo va el equipo de sus amores”	“El que más me llama la atención es ritmo al fin de semana”

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 9.** Participación de la audiencia en los programas que emite Radio Stereo Macará

	Yasser Lapo Abg. del cantón Macará	Daimary Galván Estudiante	Katherine Morocho Ama de casa	Juan Jiménez Chofer profesional (Taxista)	José Cueva Policía
¿Participa en los programas del fin de semana de Stereo Macará?	“No he tenido la ocasión de participar”	“Sí”	“No”	“No eso si no participo, solo escucho a veces los ganadores”	“Eso no, solo me gusta escuchar”

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 10.** Canal por el cual la audiencia sintoniza Radio Stereo Macará

	Yasser Lapo Abg. del cantón Macará	Daimary Galván Estudiante	Katherine Morocho Ama de casa	Juan Jiménez Chofer profesional (Taxista)	José Cueva Policía
Sintoniza Radio Stereo Macará a través de Facebook o una radio convencional?	“A través de mi teléfono, a través de la página de Facebook”	“Sí tanto por Facebook como radio convencional”	“Ahora por Facebook porque se me daña el parlante”	“En la radio del carro, convencional”	“Cuando estoy en el trabajo sería por radio por lo que escucho, de ahí cuando me encuentre un poquito desocupado en Facebook”

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 11.** Opinión de los radioescuchas de Radio Stereo Macará

	Yasser Lapo Abg. del cantón Macará	Daimary Galván Estudiante	Katherine Morocho Ama de casa	Juan Jiménez Chofer profesional (Taxista)	José Cueva Policía
¿Cómo catalogaría los programas del fin de semana de Stereo Macará?	“Muy buenos van enfocados a lo que les gusta la gente, es bien entretenidos y bueno nos tiene bien informados”	“Muy buenos ya que son programas que nos mantiene informados y entretenidos”	“Excelentes”	“La verdad son un poco entretenidos, me gustan a veces porque saben decir cosas a veces la gente que habla de humor se cuentan unos cachos pero que salvajes”	“Si muy bueno”

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 12.** Género musical de preferencia

	Yasser Lapo Abg. del cantón Macará	Daimary Galván Estudiante	Katherine Morocho Ama de casa	Juan Jiménez Chofer profesional (Taxista)	José Cueva Policía
¿Qué género musical le gustaría escuchar en los programas del fin de semana?	“Se escuchar pasillos, música antigua que le gusta a los señores porque esa es la música donde tiene mucho conocimiento sus letras”	“Bachatas y cumbias”	“Las cumbias”	“El fin de semana más reguetón porque si ponen ballenatos a ya yai”	“Salsa, salsa me gusta la salsa”

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 13.** Recomendaciones para el locutor de los programas

	Yasser Lapo Abg. del cantón Macará	Daimary Galván Estudiante	Katherine Morocho Ama de casa	Juan Jiménez Chofer profesional (Taxista)	José Cueva Policía
Recomendación para el locutor	“Trate un poquito más los temas enfocados a	“Ninguna recomendación ya que me parece que el	“Que quite la música manaba”	“Que la verdad sinceramente que no corte	“Que siga así con ese mismo ánimo que tiene

de los programas	los estudiantes en temas que les sirva a sus estudios”	locutor está realizando bien su trabajo y está bastante capacitado”		mucho la música porque muy pausada la sabe poner”	porque hace los programas más divertidos y eso”
------------------	--	---	--	---	---

**Fuente:** Elaboración propia

### **Análisis de las entrevistas**

Las entrevistas realizadas nos dan resultados de poca interactividad con la programación de Radio Stereo Macará, es mayor el número de entrevistados los que no conoce el nombre de los programas que transmite la radio y no participan en ellos, sin embargo sí reflejan un interés con el medio ya que conocen la radio y la sintonizan por su música, la programación que frecuentan en su mayoría es musical sin embargo un grupo de los entrevistados también mostró interés por los programas informativos y les gustaría la presencia de un programa deportivo.

En cuanto a los horarios para sintonizar radio la mañana es el horario más escogido seguido por el medio día y la tarde, del mismo modo la manera en que sintonizan la radio está dividida entre sintonizar a través de una radio convencional y su fan page de Facebook.

Los macareños los fines de semana sintonizan radio y muestran inclinación por la creación de un nuevo programa musical con géneros variados en los que se destacaron la salsa, cumbia y reguetón.

### **Tabla 14.** Entrevista a experto en Radio

#### **Entrevistado 1**

#### **Experto en Radio – Mes. César Sandoya**

<b>¿Cómo ve el análisis en el comportamiento de las audiencias radiales de la provincia de Loja sobre todo en los cantones, que características tenían hace 10 años vs qué características tiene ahora?</b>	Hace 10 años más gente escuchaba radio, no solo se la escuchaba en el bus, en el taxi, en el vehículo, también se la escuchaba en la oficina, en la casa y en lugares públicos, ahora el porcentaje de audiencia ha disminuido considerablemente por factores que son de dominio público por ejemplo en tema de la pandemia.
---	--

**¿Cuáles son las principales necesidades de un radioescucha de un cantón de la provincia de Loja?**

La radio también fue afectada no solo por la pandemia también influye el desarrollo de la tecnología a nivel de la provincia de Loja. Los jóvenes prefieren su teléfono para escuchar música y no es a través de la radio, escuchan música que tiene descargada ya que es la de su agrado, esto sucede en el mundo y también está sucediendo en nuestra provincia.

Las necesidades de los radioescuchas son diversas y son variadas, la gente que vive en la gente rural tiene la necesidad de escuchar programas vinculados al agrónomo, ¿cómo mejorar su producción?, ¿cómo mejorar su cultivo?, ¿cómo mejorar la rentabilidad de las semillas que utilizan para la siembra de sus productos? Si nos trasladamos a otro aspecto donde es más comercial la gente tiene la necesidad de conocer, estrategias, métodos de ¿cómo mejorar su negocio?, ¿cómo mejorar sus ventas?, ¿cómo incrementar los clientes? Las necesidades de los públicos son de acuerdo al lugar en el que se encuentra, nuestra provincia es diversa en cuanto a su geografía y sus condiciones climatológicas eso ha permitido que cambien los gustos de la gente de acuerdo al sitio en el que se encuentran

**¿Las audiencias se estudian?, de lo que usted ha estudiado, ¿qué características ha podido identificar en cuanto a las características que tiene las propias audiencias de radio**

Sí claro, toda radio antes de poner su parrilla de programación debería tener un estudio de sus audiencias. Hay audiencias que les gustan los espacios de opinión.

La mejor manera de medir las audiencias es con la interacción de las redes sociales o hay participación en caso de los medios físicos, entonces ¿cómo se transmite la participación?, cuando la gente realiza una llamada, escriben un texto, un mensaje, cuando la gente acude a la radio para expresar su opinión con respecto al tema que se está tratando, esta es una manera para medir las

**¿Cuál es la vinculación que ha existido con escuchar la radio tradicional desde un radioescucha más tradicional de 50 años en adelante vs que otros tipos de generaciones se conecten a la misma radio pero a través de Facebook, YouTube o cualquier link digital?**

audiencias y los estudios sirven para eso y es importante que las radios atiendan esa necesidad.

Hoy los medios denominados tecnológicos, digitales o electrónicos como quiera llamársele publican información a la ligera, publicación sin verificar, constatar y sin contextualizar que son principios básicos de un periodismo responsable.

La fidelidad de la gente a los medios tradicionales de personas que tiene más de 40 años de edad está presente, saben perfectamente que ahí encuentran un periodismo responsable, están acostumbrados a escuchar una información más trabajada, mejor construida vs a quienes escuchan los medios digitales a través de una tableta o quienes ven o escuchan a los medios digitales casi no están atendiendo principios básicos de un periodismo.

**¿Cuál ha sido la principal característica de las radios tradicionales del Ecuador cuando han tomado un espacio en Facebook como plataforma de apoyo de difusión?**

“Las características de los medios en general es que se han incorporado o han insertado sus contenidos a las redes sociales, es lo mismo que están haciendo los medios digitales, buscan que sea instantánea la información, inmediata y oportuna buscan ser los primeros en informar sin importar si está verificado o tener un contraste de fuentes, en los medios digitales vemos una fuente, noticias uní fuentes y a veces ni siquiera una porque lo que escribió un periodista solamente atendiendo un comentario que escucho en otro lado o parafraseando la noticia de otros medios, solo cambian el titular y a veces publican una noticia falsa y les toca borrar”.

**¿Qué características debería tomar en cuenta un medio de comunicación si quiere aumentar sus oyentes un fin de semana?**

En el caso de la radio tiene que darle diversión a la gente, entretenimiento, el fin de semana es alegre, divertido un fin de semana es de familia se debe buscar espacios o programas que estén enfocados en ese sentido programas para la familia, los jóvenes para quienes estén pensando en divertirse, des estresarse y también es importante los estudios

de opinión donde la gente pueda intervenir y participar veo que cada vez hay más radios que incorporan en su programación o tienen segmentos de opinión los días sábados.

La radio sobre todo es entretenimiento debe buscar programas que entretienen a la gente que le guste a la gente.

**¿Qué tipo de necesidades y de conexiones a nivel comercial tienen los radioescuchas en un fin de semana?**

En realidad el oyente entre menos publicidad o entre menos anuncios escuche para el oyente es mejor, el oyente cuando sintoniza la radio quiere escuchar la música, la mayoría de los oyentes entre menos publicidad entre menos comerciales es mejor.

Ahora si se trata de publicidad de un fin de semana lo que pienso que se quiere escuchar es que hacer un fin de semana, que puedo hacer en este cantón un fin de semana, brindarle un servicio a la gente, los anuncios que están enfocados a la diversión, entreteniendo, los festejos caen muy bien los fines de semana.

**¿Cómo se construye una programación o que debería tomarse en cuenta para construir una programación en un fin de semana tomando en cuenta una audiencia joven que abarca desde los 20 años hasta los 39 años?**

Una buena programación influye con la participación de la audiencia, los medios no pueden darle la espalda a la audiencia deben escuchar lo que pide la gente entonces toda programación debe contar con la presencia de la gente incluso los locutores los periodistas o los directores del medio deberían invitar a representantes de la asociación civil, líderes comunitarios, jóvenes, líderes agrícolas etc. Para que participen en la programación y poder escuchar lo que ellos piensan, lo que les gustaría que una radio difunda esta es la mejor forma para construir una parrilla de programación porque la radio está al servicio de la gente y para eso es bueno escuchar lo que quiere la gente.



**¿Cómo fidelizar las audiencias de los fines de semana, tiene algún peso el locutor, el medio de comunicación, el contenido o la música?**

Los medios de comunicación tienen que jugar un rol importante se debe tener en cuenta y preocuparse de los temas de la localidad, tanto de la parte urbana como de la parte rural de todo en cantón y no esperar que la gente llegue a la radio sino también que la radio vaya hacia la gente y la mejor forma de hacerlo es cuando la radio visita las comunidades y escucha el clamor de la gente. De esta manera está logrando que la gente sienta a la radio cercana a ellos, que la radio es un espacio en los que se pueda identificar y empoderarse de la radio sentirla como propia como nuestra es un punto crucial para lograr la fidelidad con la audiencia.

**¿Cuáles son los desafíos que se pueden observar frente a los estudios que se hagan de las audiencias radiofónicas en el Ecuador?**

Los desafíos son muchos, ante la tecnología y el desarrollo tecnológico no hay que darle la espalda a eso, hay que aprovechar esos recursos tecnológicos para también hacer presencia ante la audiencia usando este recurso. Ante el desafío de la competencia debemos mostrarnos abiertos al diálogo es un espacio importante se debe promover el dialogo entre los gobernantes y los gobernados, no se debe perder la conexión con la ciudadanía porque al fin y al cabo quien representa es a la ciudadanía no se deben a los dueños de la radio, a los auspiciantes de la radio a los clientes de la radio ellos se deben a la audiencia.

**Fuente:** Recursos propios.

### **Análisis de entrevista**

La información proporcionada por parte del entrevistado me ayudó a entender lo que busca una audiencia y poder identificarlas ya que las audiencias del fin de semana son diferentes a las audiencias de entre semana debido a diferentes características como el tiempo. Las audiencias radiofónicas dentro de la provincia de Loja son muy variadas debido a sus preferencias de consumo que son derivados de factores totalmente dependientes de su cantón, teniendo en cuenta que Radio Stereo Macará también emite señal en cantones vecinos como Zapotillo y Sozoranga es pertinente crear contenido

publicitario que capte la atención de estos cantones, por otro lado enfocándose en las palabras expuestas por el entrevistado donde menciona que los radioescuchas prefieren programas de entretenimiento y opinión donde se fomente la participación es necesario mantener las transmisiones en vivo para que las audiencias puedan participar y ofrecer otros canales de recepción para poder facilitar la participación de todos los oyentes.

**Tabla 15.** Entrevista a Director de Radio Stereo Macará

**Entrevistado 2**

**Director de Radio Stereo Macará – Sr. Darwin Cabrera**

<p><b>¿Cuál es su programa estrella?</b></p>	<p>En la actualidad dentro de lo que es el programa de entreteniendo tenemos el programa de la mañana de 9 a 12 del día “planeta musical” ya la tenemos por algunos años esa programación de manera ininterrumpida y después es lo que son los noticieros lo que son el plato fuerte dentro del acontecer local, provincial y nacional donde la ciudadanía se informa y está siempre pendiente de lo que realmente sucede en el medio.</p>
<p><b>¿Cómo son los oyentes de radio, sus características y cómo se relacionan con los programas?</b></p>	<p>Nuestros oyentes siempre se han mantenido, han sido fieles a nuestras programaciones sobre todo la gente joven, la gente adulta también es la que más sintoniza la radio ya que en la actualidad las redes sociales juegan un papel muy importante donde la juventud consumen las nuevas alternativas que nos permite la tecnología, a pesar de eso la radio se sigue viva, se mantiene porque conforme vamos creciendo vamos avanzando tanto la niñez, la juventud van adentrándose con lo que es lo tradicional es decir la radio.</p>
<p><b>¿Cómo se hizo la programación del fin de semana?</b></p>	<p>Se la estableció justamente pensando en la gente adulta tenemos los días sábados un programa de entretenimiento y el domingo tenemos un programa variado transmitimos la eucaristía un espacio de reflexión y poder transmitir la palabra de Dios a nuestros oyentes, seguidores que muchas</p>

	<p>de las veces no tiene la oportunidad de asistir a una iglesia por la lejanía porque viven en el sector rural, a través de los medios acercamos la palabra de Dios a ellos y esto ha tenido una acogida bastante positiva por la ciudadanía.</p>
<p><b>¿Qué variaciones ha existido en la programación del fin de semana en los últimos 2 años?</b></p>	<p>Variación no ha existido mucha que se haya renovado pero si proyecciones conforme vayan transcurriendo el tiempo hay propuestas nuevas que se pueden cristalizando con el pasar de los días de los meses, hay programas que son temporales que no permiten estar al aire de manera continua por situaciones como el factor económico, otras veces por quienes hacen la propuesta de llevar el programa adelante no tiene tiempo y no les permite seguir con la programación.</p>
<p><b>¿Qué pasaría si tiene alguna propuesta de programa de una persona externa de la radio, cuál sería su apertura para implementarla?</b></p>	<p>Siempre estamos con la apertura para quien quiera proponer alguna propuesta nueva y crear un programa nuevo con mucho gusto se les abrirá las puertas para que puedan crear un programa de entretenimiento, de opinión, cualquier tipo de programa es bienvenido sobre todo que pueda ayudar a la niñez, la juventud y a los diferentes sectores.</p> <p>Estamos prestos para dialogar para receptar la propuesta, para analizarla y poder canalizar el fin, el objetivo que tenga la programación a que sectores quieren llegar, siempre estamos con la apertura para que se puedan cristalizar.</p>
<p><b>¿Cuál es el programa principal del fin de semana de la radio? ¿Por qué?</b></p>	<p>Programa musical es para complementar lo que es la programación con lo que es el entretenimiento y la Eucaristía por el tema de la fe cristiana.</p>
<p><b>¿Cuál es su público principal del fin de semana?</b></p>	<p>Son las personas adultas de 35 años en adelante.</p>
<p><b>¿Cuál es su competencia directa?</b></p>	<p>La responsabilidad que se lleva en el medio, estar pendiente que todo funcione sobre todo mantener</p>

	<p>una programación activa y variada tanto en el entretenimiento como también en la parte informativa.</p>
<p><b>¿Cuál es su proyección directa con la radio, que desafíos enfrenta la radio?</b></p>	<p>La radio se debe mantener es un poco difícil en estos momentos porque hay otros canales que en la actualidad con la tecnología nos enfrentamos como las redes sociales y los medios digitales de una u otra manera son competencia directa, sin embargo seguimos ahí y nosotros a través de las redes sociales nos permite expandir nuestra programación haciendo Tik Tok live, Facebook live y así muchas alternativas y herramientas que nos permiten mantenerlos a flote, los medios siguen vivos complementando con las redes sociales.</p>
<p><b>¿Cuántas personas trabajan en la radio?</b></p>	<p>Por el momento trabajamos 3, secretaria, compañera que hace noticia que recoge la información para el noticiero y mi persona que lidera la radio en la programación, locución, presentador de noticias, producción, parte técnica de la radio</p>
<p><b>¿Cuáles son los canales principales de recepción de la radio?</b></p>	<p>En la actualidad lo que es Facebook.</p>

**Fuente:** Recursos propios.

### **Análisis de entrevista**

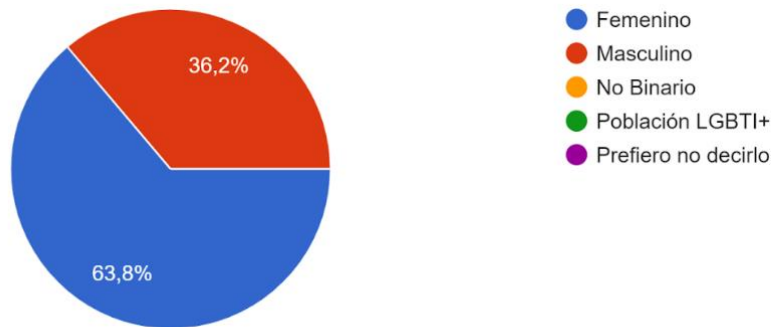
Radio Stereo Macará tiene como público objetivo a personas de más de 35 años, esta audiencia interactúa con los programas a través de Facebook y mensajes de WhatsApp escritos directamente al locutor según lo menciona el mismo. La información recopilada en esta entrevista me ayudó a identificar y analizar la forma en que la audiencia de la radio se relaciona con los programas en especial con la programación del fin de semana que se divide en un programa musical de entretenimiento y la retransmisión de la

eucarística el día domingo. Además logre estar segura de la apertura que la radio ofrece a nuevas propuestas de programación por parte de personas externas.

## 6.2 Resultados de las encuestas

**Figura 1.** Géneros estudiados

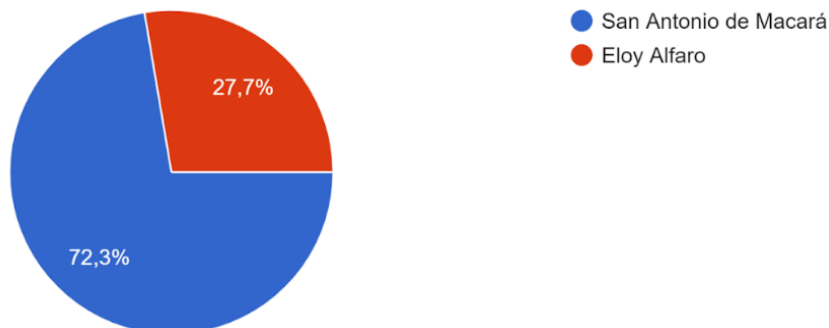
**Fuente:** Elaboración propia



### Análisis

De los 47 encuestados el 63,8% son mujeres del cantón Macará, el 36,2% restante son hombres siendo mayor el número de mujeres que participaron en las encuestas.

**Figura 2** Parroquias estudiadas

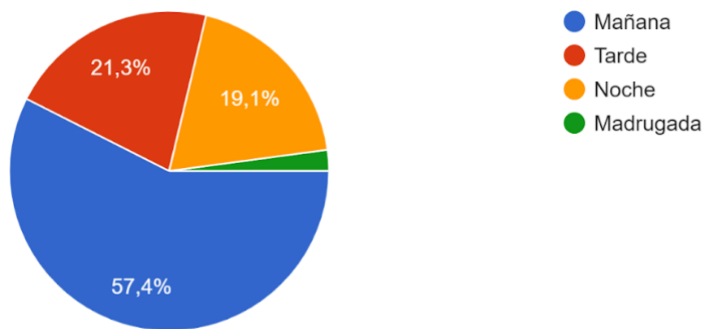


**Fuente:** Elaboración propia.

### Análisis

El 72,3% de los encuestados pertenecen a la parroquia de San Antonio de Macará, parroquia en la que se encuentra ubicada la oficina de Radio Stereo Macará, el 27,7% restante refleja a la audiencia que pertenece a la parroquia Eloy Alfaro.

**Figura 3.** Horario de preferencia para sintonizar radio los fines de semana

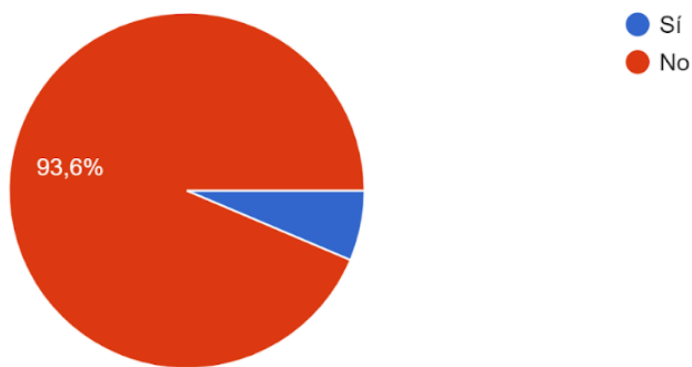


**Fuente.** Elaboración propia

**Análisis**

El 57,4% de los encuestados prefiere sintonizar radio los fines de semana en horario de la mañana y el otro 42,6% se divide en horarios de la tarde, noche y madrugada.

**Figura 4.** Participación de la audiencia con los programas de Radio Stereo Macará

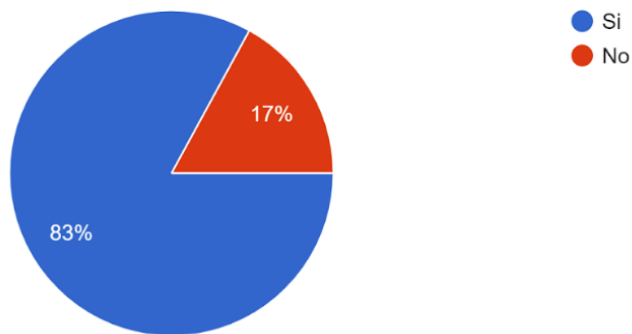


**Fuente.** Elaboración propia

**Análisis**

De las 47 personas encuestadas el 93,6% no participa en los programas que transmite Radio Stereo Macará.

**Figura 5.** Interés en la creación de un nuevo programa

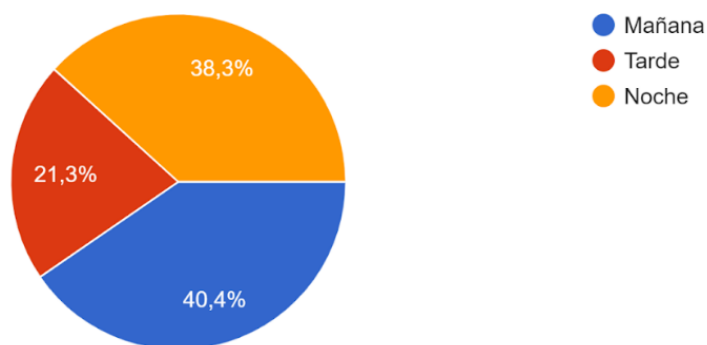


**Fuente.** Elaboración propia

### Análisis

El 83% de los encuestados están de acuerdo en que exista la creación de un nuevo programa en Radio Stereo Macará.

**Figura 6.** Horario en que les gustaría escuchar el nuevo programa



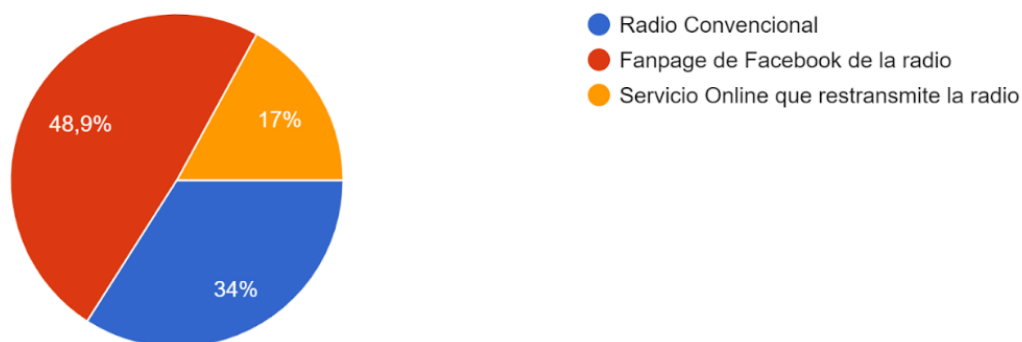
**Fuente.** Elaboración propia

### Análisis

Las encuestas realizadas a 47 ciudadanos del cantón Macará nos arrojan resultados del 40,4% prefiere sintonizar radio en horario de la mañana, el otro 59,6 se divide entre la tarde y la noche.

**Figura 7.** Canales de recepción de los programas de Radio Stereo Macará





**Fuente:** Elaboración propia

### **Análisis**

De las 47 personas encuestadas el 48,9% sintonizan los programas de Radio Stereo Macará a través de su fanpage de Facebook, el otro 48% se divide entre la radio convencional y el servicio online que transmite la radio.

## **Propuesta de un programa piloto**

Con base a los hallazgos del presente estudio se propone un programa piloto con las siguientes características.

### **Propuesta para un programa de radio en Macará dirigido a jóvenes de entre 20 y 39 años, a ser ejecutado en “Radio Stereo Macará”, cuya temática aborde temas relacionados con la cotidianidad**

El programa se creará con la intención de educar, informar y entretener a los radioescuchas del cantón Macará. Se propone un programa educomunicativo con enfoque jovial en el cual se aborden temas relacionados con la vida cotidiana de las personas analizadas con expertos y desde el lenguaje de la generación joven. Los temas a tratar en cada programa serán variados con la misma estructura, al utilizar la radio como medio de comunicación podremos llegar al mayor número de personas posible y crear una tendencia dentro del cantón Macará con el fin de lograr una reestructura dentro de la cotidianidad de los programas ya existentes. Se propone el empleo de un lenguaje coloquial para la locución por ser informal y generar cercanía con la audiencia del programa las frases y palabras habladas dentro del programa serán inclusivas para intentar normalizarlas dentro de la audiencia, y poder construir una sociedad incluyente, el usar un lenguaje inclusivo es crucial para que de este modo se logre fomentar el respeto en los radioescuchas.

Una de las ventajas del lenguaje radiofónico es que puede transmitir mensajes claros y concisos, es importante mencionar y destacar que en una de las secciones del programa se dará un espacio de participación con la audiencia con el fin de lograr la mayor interactividad posible y también poder responder las inquietudes que lleguen a surgir dentro del programa y así mismo otra de las secciones será de anécdotas para crear un vínculo de identificación con los temas que se trate en cada una de las transmisiones.

La audiencia escogida referencia de audiencia a jóvenes de entre 20 a 39 años ya que según las encuestas y entrevistas realizadas son quienes menos se relacionan con la radio, con la ayuda de este programa se busca atraer la atención de las nuevas generaciones y educarlas e informarlas con temas de concienciación y distintas problemáticas que enfrenta la población a nivel mundial.

**Nombre del programa:** Verdades

El nombre fue escogido para relacionarlo directamente con el contenido del programa

### **El programa consta de los siguientes segmentos:**

1. **Frase del programa:** el programa iniciará siempre repitiendo su frase de identificación “Al pasado no puedes volver pero de él si puedes aprender”
2. **Realidades:** dentro del programa se realizará una entrevista en vivo o se incluirá el espacio para que los oyentes llamen o escriban sobre sus anécdotas relacionadas con el tema que se estará tratando.
3. **Música del día:** la música que se transmitirá dentro del programa será relacionada al tema que se trate durante el mismo, la relación se escogera con la letra de las canciones independientemente de su género.
4. **Rompiendo enigmas:** Como cierre del programa se entablará en forma de resumen las enseñanzas de las anécdotas contadas dentro del programa.

### **Horario y frecuencia del programa**

Jueves 11H00 - 12H00

Viernes 11H00 - 12H00

Sábado 11H00 - 12H00

## 7. Discusión

Con el conocimiento obtenido a través de las entrevistas realizadas se evidenció la tipología que utiliza Radio Stereo Macará para transmisión de sus programas enfocándose en una audiencia de personas adultas. El estudio realizado arroja resultados exactos de la participación de la audiencia macareña con los programas que transmite la radio, dentro de la programación del fin de semana encontramos un único programa musical el día sábado y la eucaristía transmitida el día domingo.

Los jóvenes macareños de entre 20 a 39 años no están relacionados directamente con la radio ya que en su mayoría no conocen los programas que transmite Radio Stereo Macará sin embargo sintonizan su música. Con base a los objetivos planteados se logró estudiar la aceptación de la audiencia macareña hacia el programa del fin de semana que transmite radio Stereo Macará. Para responder a la pregunta planteada en este estudio: ¿cómo Radio Stereo Macará puede mejorar la interactividad de los oyentes con sus programas del fin de semana? Se obtuvieron datos primarios y resultados que permiten inferir que las estrategias de comunicación que permiten mejorar la interactividad en dicha radio evidencia la necesidad de contar con un programa con características como creatividad para difundir relatos y testimonios, interactividad entre emisor y receptor, responsable y consciente con la emisión de sus contenidos.

Con base a lo observado y analizado y como parte del presente estudio de recepción mediática enfocado en la radio como medio de comunicación, se propone un programa piloto que pretenda mejorar la relación de interactividad entre el medio local y su audiencia de fines de semana, hacia la propuesta de contenidos de Radio Stereo Macará 104.5.

## 8. Conclusiones

En la actualidad la presencia de los medios digitales ha provocado que la radio pierda fuerza en comparación a otros medios sin embargo no se está extinguiendo, el que las radios ahora se involucren directamente con las redes sociales para poder estar presentes en la vida de su audiencia refleja un cambio significativo en la forma de comunicar a través de la radio ya que se agregan nuevos formatos y herramientas como un nuevo escenario de transmisión de un medio tradicional en una audiencia digital.

En Radio Stereo Macará se evidencia que su audiencia acude con frecuencia a las plataformas tecnológicas en este paso su fan page de Facebook para mantenerse informados o entretenidos según sean sus necesidades dejando de lado las distintas alternativas que la radio tradicional ofrece.

En cuanto a la programación que ofrece Radio Stereo Macará los fines de semana a pesar de su acogida no satisface muchas de las necesidades de su audiencia, razón por la que muchos de sus oyentes no interactúan directamente con los programas.

La parrilla de programas de Radio Stereo Macará debería ser actualizada con programas destinados a una audiencia más joven para no perder presencia como medio informativo o de entretenimiento.

La audiencia de radio Stereo Macará es activa como oyente de la radio sin embargo la mayoría de oyentes no interactúa de manera directa con los programas que transmite, a través de su fanpage de Facebook la interacción se puede evidenciar con vistas y reacciones pero los comentarios son limitados.

## **9. Recomendaciones**

Aumentar la participación de los oyentes en los programas radiales para generar interés en la radio y en los programas, así como también, enfocarse en satisfacer los gustos musicales de los radio escuchas.

Diseñar y utilizar estrategias de publicidad para cada uno de los programas que se transmite en la radio stereo Macará 104.5, con el fin de obtener un mayor número de oyentes.

Recopilar temas de interés para jóvenes del cantón, direccionar los programas para diferentes públicos.

Crear una nueva estructura para los programas que se transmiten el fin de semana, vincular la publicidad que se transmite con la programación enfocada en ofertas de alternativas para disfrutar de un fin de semana.

## Cronograma

Cronograma de actividades 2023 – 2024

Actividades

Actividades	2023 - 2024																			
	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero			
Semanas	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Inducción del Proyecto	■																			
Planteamiento del Problema	■	■	■	■																
Redacción del Título					■	■														
Justificación					■	■	■	■												
Construcción Objetivos					■	■	■	■												
Marco Teórico					■	■	■	■												
Metodología									■	■	■	■								
Cronograma											■	■	■							
Presupuesto y Financiamiento											■	■	■							
Bibliografía	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
Anexos																		■		





4	Trasporte	\$5,00
---	-----------	--------

5	Impresiones	\$5,00
---	-------------	--------

6	Varios e imprevistos	\$20,00
---	----------------------	---------

	<b>Total</b>	<b>\$80,00</b>
--	--------------	----------------

- Financiamiento:
  - Recursos propios

## 10. Bibliografía

- Álvarez, C. (2012). Radio el Prado y su Influencia en la Radiodifusión de Riobamba Durante el Periodo 1925-1980, Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo.  
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/587>
- Al Ries, J. T. (2018). Posicionamiento "La batalla por su mente".  
<https://www.uv.mx/cendhiu/files/2018/02/Posicionamiento-la-batalla-por-su-mente.pdf>, 1-50.
- Barrantes, R. (2014). Investigación: Un camino al conocimiento, Un enfoque Cualitativo, cuantitativo y mixto. San José, Costa Rica: EUNED.
- Beck, H. (1968). Concepto y presupuestos gnoseológicos del método inductivo.
- Cordicom. 2023. *Listado de medios de comunicación – RPM 2023*.  
<https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/wpcontent/uploads/2024/03/Listado-medios-2023.pdf>
- Corredoira y Alfonso, Loreto (1999). Los retos de la información en Internet. Las libertades de acceso y difusión, Madrid: UCM.
- Chiliquinga, M. (2017) Estudio de hábitos de consumo radial de la audiencia juvenil comprendida en edades de 15-19 años en el cantón Salcedo. Universidad técnica de Cotopaxi, p. 15. <https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3927/1/T-UTC-0424.pdf>
- De Pelekais, C. (2000). Métodos cuantitativos y cualitativos: diferencias y tendencias. Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales, 2(2), 347-352
- García Camargo, J. (1998) El mundo de la radio. Quito: Quipus
- Gonzales, M. & Betancourt, G. (2014). Las emisoras de radio de Ecuador debutan en la gestión de redes sociales. Revista Latina Cs. Universidad de La Laguna, p. 1-30. Recuperado de <https://goo.gl/cKt19F>
- Iturralde, j. a. (2020). Implementación de una programación radial para la emisora híper radio online de la carrera de comunicación social de la Universidad Politécnica

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/18738/4/UPS-CT008767.pdf>, 12-30.

Kaplún, M. (2006) Producción de programas de radio. Quito: Quipus.

Kaplum, M. (1978). Producción de Programas de radio; el guión, la realización. CIESPAL (1).

Lopera Echavarría, Juan Diego; Ramírez Gómez, Carlos Arturo; Zuluaga Aristizábal, Marda Ucaris; Ortiz Vanegas, Jennifer. El método analítico como método natural Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences, vol. 25, núm. 1, enero-junio, 2010

María Pilar Martínez Costa –Coordinadora- Información Radiofónica. Capítulo 5: La producción radiofónica de los programas informativos. Avelino Amoedo Casails. Ed. Ariel Comunicación. España, 2002.

Morales, S. M. (2019). Estudios de audiencias y medios comunitarios: apuntes para un reencuentro necesario.

Pilatasig Tipanluisa, H. (2019). Comunicación y radio: manual de producción radiofónica y guía didáctica para la elaboración y aplicación de formatos radiales. Quito: UCE

PINEDA, Beatriz; DE ALVARADO, Eva Luz; DE CANALES, Francisca 1994 Metodología de la investigación, manual para el desarrollo de persona al de salud, Segunda edición. Organización Panamericana de la Salud. Washington.

Radio Stereo Macará. (2014). STEREO MACARA 104,5 MHZ. <https://www.stereomacarafm.com/>

Rodero Antón, Emma. Cómo abordar la enseñanza de la producción radiofónica [https://drive.google.com/file/d/1HY29lyJMV7c5Rgada55d7OcMjF\\_27KW/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1HY29lyJMV7c5Rgada55d7OcMjF_27KW/view?usp=sharing)

Roldan, F. N. (2020). La buena radio y la desinformación. • Stereo Macará. (2017). Stereo Macará. Stereo Macará. <http://www.stereomacarafm.com/p/blog-page.html>

- San Félix Álvaro. (1991). Radiodifusión en la mitad del mundo. Quito Ecuador: Editorial Nacional.
- Soengas Pérez, X. (2013). Retos de la radio en los escenarios de la convergencia digital. *AdComunica*, 23–36. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2013.5.3>
- Suing, A., Ordóñez, K., & Ortíz, C. (enero -marzo de 2018). El consumo de radio y televisión de los estudiantes universitarios del Ecuador. *Question*, 1(57), 1-18.
- Terceiro, José (1996). *La sociedad digital*. Del homo sapiens al homo digitalis. Madrid: Alianza Editorial.
- Valencia, M. C. (2013). Los formatos radiofónicos y el entretenimiento en la audiencia de radio bonita FM 93.7 en la parroquia matriz de la ciudad de Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6256/1/CS-340-2013%20N%C3%BA%C3%B1ez%20Marisol.pdf>, 22-25.
- Yaguana, H., & Marín, I. (2014). Las tres primeras décadas de la radiodifusión ecuatoriana. Guayaquil. [https://www.academia.edu/7533576/Las\\_tres\\_primeras\\_d%C3%A9cadas\\_de\\_la\\_radiodifusi%C3%B3n\\_ecuatoriana](https://www.academia.edu/7533576/Las_tres_primeras_d%C3%A9cadas_de_la_radiodifusi%C3%B3n_ecuatoriana)
- Zambrano, W. A. (2018). La radio comercial en Colombia. El nuevo panorama digital de la comunicación y del periodismo. *Signo y Pensamiento*, 37(72), 106-126.

## 11. Anexos

### Anexo 1. Validación de instrumentos de recolección de información

#### Estimado Validador:

Me es grato dirigirme a usted, a fin de solicitar su colaboración como experto/a para validar los siguientes instrumentos de recolección de datos (anexo 1 y 2).

Los presentes instrumentos tienen como objetivo recolectar información directa para la investigación titulada: **“Estudio de los programas del fin de semana en radio Stereo macará (104.5) y la aceptación de la audiencia macareña”**, esto con el objeto de presentarla como requisito para obtener el título de Licenciada en Comunicación por la Universidad Nacional de Loja.

Para hacer efectiva la validación del instrumento deberá leer cuidadosamente cada pregunta. Se considerará como muestra de estudio a ciudadanos del cantón Macará.

El banco de preguntas fue construido de modo que permitirá **estudiar la aceptación de la audiencia de los programas del fin de semana de radio Stereo Macará de 20 a 39 años**, Por otra parte, se le agradece cualquier sugerencia relativa la redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte

María Luisa Díaz Vaca  
Estudiante de Comunicación UEDL-UNL  
maria.l.diaz@unl.edu

## **Anexo 2.** Referencia de los programas del fin de semana de radio Stereo macará 104.5

### **Instrucciones:**

Responda libremente a cada una de las interrogantes planteadas

Las categorías para evaluar son: Redacción, claridad, precisión, amplitud, congruencia y pertinencia.

El proceso de validación es de importancia en la investigación científica, ya que permite obtener conclusiones acertadas basadas en un análisis riguroso de los instrumentos empleados. Durante la validación, los expertos evaluarán los instrumentos en términos de su pertinencia, claridad, coherencia y relevancia para el estudio. Sus aportes y recomendaciones serán considerados para mejorar y ajustar los instrumentos, garantizando así su calidad y confiabilidad.

A continuación, se presentan los dos instrumentos para que sean evaluados por los expertos académicos seleccionados. El primer instrumento es la tabla de entrevistas. La tabla consta de 3 secciones principales:

#### **1. Preferencia de horarios**

Esta variable aborda la recolección de datos para estudiar la preferencia horarios para sintonizar los programas del fin de semana de Radio Stereo Macará 104.5.

#### **2. Tipos de contenido de los programas**

Esta variable analizará el tipo de contenido creado por la radio Stereo Macará 104.5 para sus audiencias de fin de semana incluido la retransmisión en fan page de la radio.

#### **3. Propuesta de nuevos programas**

Se centra en estudiar las preferencias de la audiencia para crear un nuevo programa radial que forme parte de la parrilla del fin de semana de radio Stereo Macará 104.5

### Anexo 3. Instrumento 1 (entrevista)

Objetivo entrevista, recolectar información

Variable	Categorías de Análisis	Pregunta Asociada
<b>Preferencia de Horarios</b>	- Horarios clave de locución Matutino Vespertino	1. ¿Los fines de semana sintoniza la radio? 2. ¿Qué hora prefiere para sintonizar Radio Stero Macará? 3. ¿En qué día sintoniza mayormente la radio?
<b>Tipos de programas</b>	-Programas	4. ¿Qué tipos de programa le gusta sintonizar? 5. ¿Conoce alguno de los programas del fin de semana de radio Stereo Macará 104.5?
<b>Aceptación de programas</b>	-Estudio de programas	6. ¿Cuál es su programa favorito del fin de semana de stereo macará? - ¿Por qué es su programa favorito? 7. ¿Participa en los programas del fin de semana de stereo macará? 8. Sintoniza Radio Stereo Macará a través de Facebook o una radio convencional?
<b>Propuesta para nuevos programas</b>	-Recomendaciones de la audiencia	9. ¿Cómo catalogaría los programas del fin de semana de stereo macará ? 10. ¿Qué género musical le gustaría escuchar en los programas del fin de semana? 11. Recomendación para el locutor de los programas

**Anexo 4.** Instrumento 2 (encuestas)

La tabla consta de 3 secciones principales:

<b>Encuesta sobre aceptación de audiencia macareña con los programas del fin de semana de radio Stereo Macará 104.5</b>						
Período de Estudio: Abril-Septiembre2024	<b>E</b> Excelente	<b>B</b> Bueno	<b>M</b> Mejorar	<b>X</b> Eliminar	<b>C</b> Cambiar	Observaciones
<p>Estimado(a) participante,</p> <p>Le invitamos a participar en este estudio investigativo con el objetivo de estudiar las preferencias de la audiencia macareña en sus fines de semana caso de estudio. Estudiar la aceptación de la audiencia de los programas del fin de semana de radio Stereo Macará de 20 a 39 años. Sus respuestas nos serán de gran ayuda para mejorar la parrilla de programación de fin de semana en la radio.</p>						
<b>Datos Demográficos</b>						
<b>Edad:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Menor de 18 años</li> <li><input type="checkbox"/> 20 a 24 años</li> <li><input type="checkbox"/> 25 a 29 años</li> <li><input type="checkbox"/> 30 a 33 años</li> <li><input type="checkbox"/> 34 a 37 años</li> <li><input type="checkbox"/> 38 años o más</li> </ul>						
<b>Género:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Femenino</li> <li><input type="checkbox"/> Masculino</li> <li><input type="checkbox"/> No binario</li> <li><input type="checkbox"/> Población LGBTI+</li> <li><input type="checkbox"/> Prefiero no decirlo</li> </ul>						
<b>Ubicación Geográfica</b>						
<b>Parroquias urbanas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> San Antonio de Macará</li> <li><input type="checkbox"/> Eloy Alfaro</li> </ul>						
<b>Sección 1: Preferencia de horarios</b>						
1. ¿Qué horario prefiere para sintonizar la radio los fines de semana?						



<input type="checkbox"/> Mañana <input type="checkbox"/> Tarde						
2. Si su respuesta fue mañana, ¿Que horario prefiere?  <input type="checkbox"/> 08h00 <input type="checkbox"/> 09h00 <input type="checkbox"/> 10h00						
3. ¿Conoce el programa viva la farra?  <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No						
<b>Sección 2: Aceptación de programas</b>						
4. ¿Alguna vez ha escuchado algún programa el fin de semana en Radio Stereo Macará?  <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ¿Cuál?						
5. ¿Tiene algún programa favorito del fin de semana de radio stereo macará?  <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ¿Cuál?						
6. Cuando sintoniza los programas de radio el fin de semana participa en ellos?  <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No						
<b>Sección 3: Propuesta para nuevos programas</b>						
7. ¿Cree que radio Stereo Macará						

<p>necesita crear un nuevo programa?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>				
<p>8. En su opinión, ¿Qué contenido recomienda para la creación de un nuevo programa?</p>				
<p>9. ¿En qué horario usted preferiría escuchar este nuevo programa?</p> <p>10. ¿Sintoniza los programas de Radio Stereo Macará a través de Facebook o una radio convencional?</p>				
<p><b>Gracias por su tiempo y cooperación. Sus respuestas contribuirán significativamente a este estudio.</b></p>				

**Anexo 5.** Encuesta aplicada en Google forms

<https://forms.gle/2xChoR71PvihbNg7A>

**Anexo 6.** Enlace de carpeta drive con evidencias

[https://drive.google.com/drive/folders/1-RY-LnF9aNXlrsqApSdCIMrY1oO0oURg?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1-RY-LnF9aNXlrsqApSdCIMrY1oO0oURg?usp=drive_link)

**Anexo 7. Evidencias de aplicación de encuestas**



Imagen: encuesta física Kathiuska Armijos

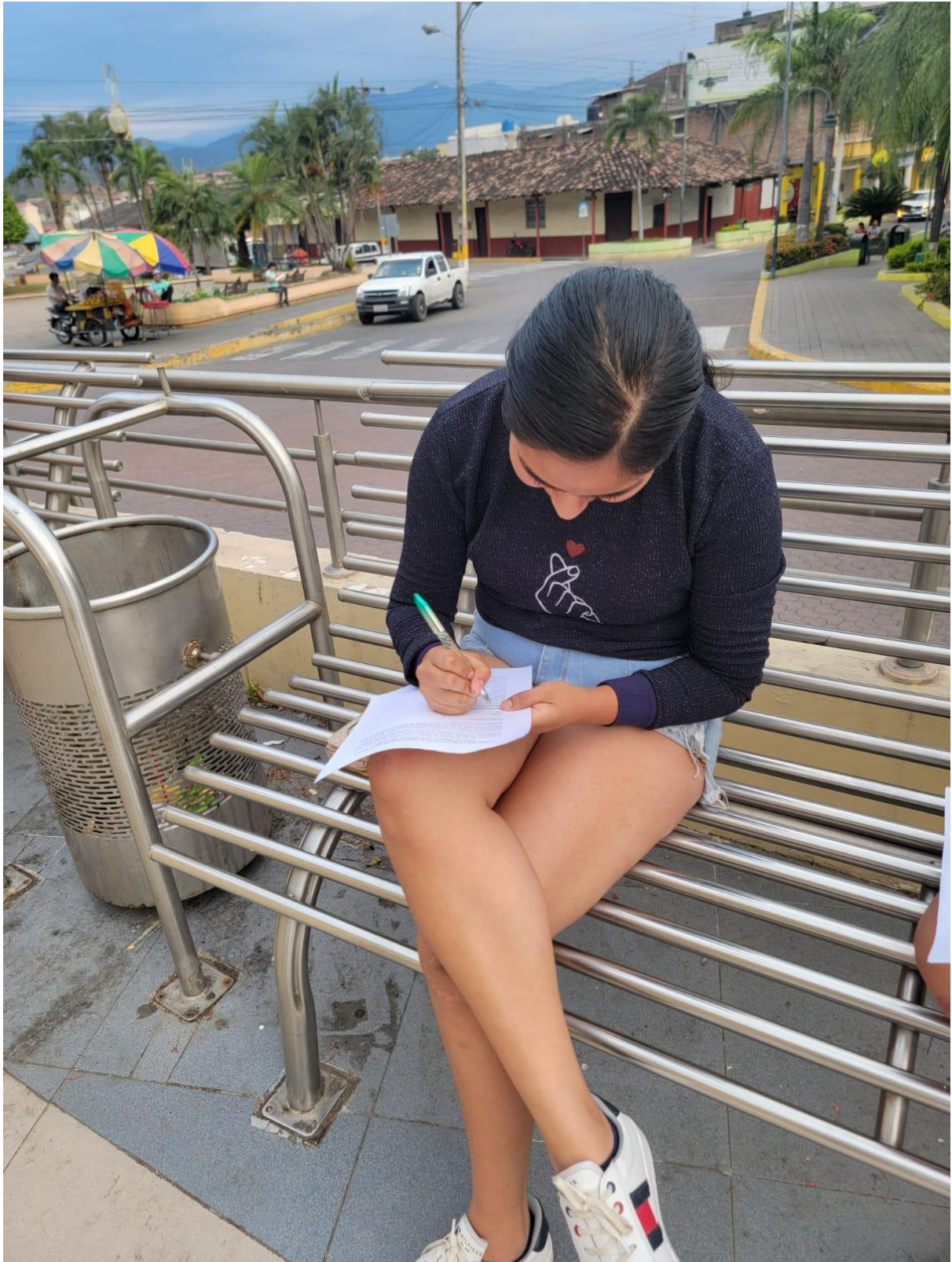


Imagen: encuesta Lady Hurtado

**Anexo 8.** Evidencias de grabación de entrevistas



Imagen: entrevista Amelyn Auz



Imagen: entrevista Alexis Urbina

## Anexo 9. Certificado de Traducción

Loja, 16 de Agosto de 2024

En calidad de Magíster en Enseñanza de Inglés como Lengua Extranjera con número de registro 1010-2024-2852727

### CERTIFICO:

Que la traducción al Idioma Inglés del resumen del Trabajo de Titulación denominado **“Estudio de los programas del fin de semana de Radio Stereo Macará 104.5 y la aceptación de la audiencia macareña”** de la autoría de Maria Luisa Díaz Vaca, con cédula de identidad Nro. 1106029224, estudiante de la Carrera de Comunicación de la Unidad de Educación a Distancia y en Línea de la Universidad Nacional de Loja, cumple con la estructura gramatical correcta del Inglés.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando a la interesada hacer uso del presente certificado según estime conveniente.

Atentamente,



Lcda. Keli Nelva Armijos Rivera, Mgs.

C.I: 1150037248