



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE  
GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA DE PERIODISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
PERIODISTA**

**TEMA**

**FORMATOS RADIOFÓNICOS EN LA PRODUCCIÓN RADIAL DE  
GUAYAQUIL**

**TÍTULO: ANÁLISIS DE LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE  
RADIO ESTRELLA 92.1 FM Y SU INCIDENCIA EN LA  
CONSTRUCCIÓN DE PRODUCCIÓN RADIAL**

**TUTORA**

**MSC. ALBA DEL ROCÍO PIZARRO MATAMOROS**

**AUTORA**

**PINCAY VERA XIMENA DENNISE**

**GUAYAQUIL**

**2019**



<b>REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>	
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS</b>	
<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b> Análisis de la parrilla de programación de Radio Estrella 92.1 Fm y su incidencia en la construcción de producción radial.	
<b>AUTOR/ES:</b> Pincay Vera Ximena Dennise	<b>REVISORES O TUTORES:</b> MSc. Pizarro Matamoros Alba Del Rocío
<b>INSTITUCIÓN:</b> Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	<b>Grado obtenido:</b> Licenciada en Periodismo
<b>FACULTAD:</b> CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO	<b>CARRERA:</b> PERIODISMO
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b> 2019	<b>N. DE PAGS:</b> 113
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b> Periodismo e Información	
<b>PALABRAS CLAVE:</b> programa radiofónico, radiodifusión, información y comunicación, medios de comunicación de masas	
<b>RESUMEN:</b> El trabajo de investigación se enfocó en un estudio de la Radio ESTRELLA con el fin de aportar con la estructura de una parrilla de programación de radio que se acople a las necesidades de la audiencia por lo que fue necesario emplear un estudio de campo con el fin de recopilar información para establecer los gustos, preferencias, necesidades y el contenido al que acceden. Además de emplear una investigación bibliográfica para proponer nuevas ideas basados en el tema en el que se considera datos históricos y actuales sobre los programas de radio en Ecuador.	
<b>N. DE REGISTRO</b>	<b>N. DE CLASIFICACIÓN:</b>
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>	

<b>ADJUNTO PDF:</b>	<b>SI</b> <input checked="" type="checkbox"/>	<b>NO</b> <input type="checkbox"/>
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b> Pincay Vera Ximena Dennise	<b>Teléfono:</b> 098 816 7633	<b>E-mail:</b> ximena.stoya@hotmail.com
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	MSc. Marco Oramas Salcedo - Decano <b>Teléfono:</b> (04) 259 6500 <b>Ext.</b> 249 <b>E-mail:</b> moramass@ulvr.edu.ec MSc. Federico Guillermo Varas Chiquito - Director de Carrera <b>Teléfono:</b> (04) 259 6500 <b>Ext.</b> 251 <b>E-mail:</b> fvarasc@ulvr.edu.ec	

## CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

**URKUND**

Documento	<a href="#">TESIS XIMENA.docx</a> (D50963923)
Presentado	2019-04-23 11:38 (-05:00)
Presentado por	EVELIN (egarciaf@ulvr.edu.ec)
Recibido	egarciaf.ulvr@analysis.orkund.com
Mensaje	Fwd: TESIS Y ARTICULO - XIMENA PINCAY <a href="#">Mostrar el mensaje completo</a>

4% de estas 37 páginas, se componen de texto presente en 10 fuentes.



## **CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

### **CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación **ANÁLISIS DE LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE RADIO ESTRELLA 92.1 FM Y SU INCIDENCIA EN LA CONSTRUCCIÓN DE PRODUCCIÓN RADIAL**, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

#### **CERTIFICO:**

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **ANÁLISIS DE LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE RADIO ESTRELLA 92.1 FM Y SU INCIDENCIA EN LA CONSTRUCCIÓN DE PRODUCCIÓN RADIAL** presentado por la estudiante XIMENA DENNISE PINCAY VERA como requisito previo, para optar al Título de Licenciada en Periodismo, encontrándose apta para su sustentación.



MSc. Rocío Pizarro Matamoros

C.C. 0920516838

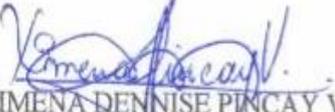
# DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

La estudiante egresada XIMENA DENNISE PINCAY VERA, declaró bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, **ANÁLISIS DE LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE RADIO ESTRELLA 92.1 FM Y SU INCIDENCIA EN LA CONSTRUCCIÓN DE PRODUCCIÓN RADIAL.**, corresponde totalmente a la suscrita y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autora

  
XIMENA DENNISE PINCAY VERA

C.I. 0952241750

## **DEDICATORIA**

Este Proyecto de Tesis va dedicada para quienes han sido los pilares fundamentales en mi hogar: mis padres y me han acompañado incondicionalmente en esta meta de ser una Periodista. Por su esfuerzo, sus consejos y apoyo en cada etapa de mi vida.

A mis hermanos; Vane y José; mis primos Kathy, Adrián y María; quienes han puesto su confianza en mí y en su momento comprueben que los sueños, con mucho sacrificio, se pueden cumplir...Y ESTE ES MI CASO HOY.

A mi familia por sus palabras y consejos motivadores, han sido pieza fundamental en este logro.

A todos ustedes va dedicado esta licenciatura, los amo.

## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento eterno a Dios, por su amor hacia nosotros, por brindarme salud para poder levantarme día a día y avanzar con este regalo hermoso que nos ha dado: la vida. Gracias a Él por darme sabiduría e inteligencia en cada proyecto que me he propuesto.

A la Universidad Laica Vicente Rocafuerte, que desde niña la visité y admiré, luego me permitió ser “laica” y formarme en ella como una profesional.

A mis maestros que, con sus conocimientos, consejos y experiencias, durante estos cinco años moldearon a esta Periodista. Un agradecimiento especial a la MSc. Rocío Pizarro, mi tutora, por su enseñanza y por siempre haber estado al cien por ciento presta para culminar este anhelado Proyecto.

# ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA .....	ii
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO .....	iv
CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR .....	v
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES.....	vi
DEDICATORIA .....	vii
AGRADECIMIENTO .....	viii
ÍNDICE GENERAL .....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xvi
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I .....	3
EL PROBLEMA.....	3
1.1. Tema .....	3
Título.....	3
1.2. Planteamiento del problema.....	3
1.3. Formulación del problema .....	4
1.4. Sistematización del problema .....	4
1.5. Objetivos de la investigación.....	5

1.5.1. Objetivo general .....	5
1.5.2. Objetivos específicos.....	5
1.6. Justificación de la investigación .....	5
1.7. Delimitación o alcance de la investigación.....	6
1.8. IDEA A DEFENDER .....	6
CAPÍTULO II.....	7
MARCO TEÓRICO.....	7
2.2. Marco referencial .....	7
2.2.1. Historia de la radio en el Ecuador.....	7
2.2.2. Estructura de la radio .....	9
2.2.2.1. Géneros radiofónicos .....	11
2.2.3. Origen y evolución de la radio.....	12
2.2.3.1. Las redes sociales y avances tecnológicos.....	14
2.2.4. Programación radiofónica.....	15
2.2.5.1. Etapas de la producción radiofónica .....	16
2.2.5. Contenido y elementos de la radio.....	17
2.2.6. Producción radiofónica .....	18
2.2.6.1. Funciones del personal en la producción radiofónica.....	20
2.2.7. Producción de radios europeas.....	22
2.2.8. Producción de radios latinoamericanas.....	24
2.2.9. Producción de radios ecuatorianas.....	25

2.2.9.1. Radio Estrella.....	28
2.2.10. Parrilla de programación.....	29
2.2.10.1. Parrilla de programación por estructura.....	30
2.2.11. Elaboración de una parrilla de programación .....	31
2.3. Marco conceptual.....	33
2.4. Marco legal .....	34
2.4.1. Constitución de la República del Ecuador 2008 .....	34
2.4.2. Ley de Telecomunicaciones.....	35
2.4.3. Ley Orgánica de Comunicación.....	35
2.4.4. Código Deontológico .....	36
CAPÍTULO III.....	39
MARCO METODOLÓGICO.....	39
3.1. Tipo y nivel de investigación.....	39
3.2. Enfoque de la investigación .....	40
3.3. Diseño de la investigación .....	40
3.4. Métodos y técnicas de investigación.....	40
3.5. Población y muestra.....	41
3.6. Análisis de los resultados de la encuesta .....	43
3.7. Análisis de los resultados de la entrevista realizada al Director de la emisora de Radio Estrella 92.1 FM, Jorge Montenegro Orbe. ....	59
3.8. Análisis de la parrilla de programación y estructura de radio Estrella .....	63
CAPÍTULO IV.....	72

INFORME FINAL.....	72
4.1. ANÁLISIS DE LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE RADIO ESTRELLA 92.1 FM Y SU INCIDENCIA EN LA CONSTRUCCIÓN DE PRODUCCIÓN RADIAL ...	72
CONCLUSIONES .....	78
1.8.1. Objetivos específicos.....	78
RECOMENDACIONES.....	79
Bibliografía .....	80
Anexos .....	83

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Funciones del personal de radio. Fuente: (Cebrían, 2013).....	21
Figura 2. Proceso de elaboración de parrilla de programación. Fuente: (Velasco, 2015) .....	32

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Primeras Radios del Ecuador .....	8
Tabla 2. Frecuencia Radial - Radio Canela .....	26
Tabla 3. Frecuencia Radial – Radio América .....	27
Tabla 4. Frecuencia Radial – Radio Forever .....	28
Tabla 5. Muestra para la investigación .....	42
Tabla 6. Género.....	43
Tabla 7. Edad .....	44
Tabla 8. Formación académica .....	45
Tabla 9. Frecuencia de sintonizar la radio .....	46
Tabla 10. Género.....	47
Tabla 11. Momento en que escucha la radio.....	48
Tabla 12. Emisora de radio .....	49
Tabla 13. Motivos .....	50
Tabla 14. Uso de aplicaciones para radio .....	51
Tabla 15. Transmisiones en vivo .....	52
Tabla 16. Radio Estrella 92.1 FM.....	53
Tabla 17. Programas .....	54
Tabla 18. Gusta la emisora de radio Estrella .....	55
Tabla 19. Calificación de emisora .....	56
Tabla 20. Trabajo de locutores.....	57
Tabla 21. Calidad de producción .....	58
Tabla 22. Noticiero Informando .....	64
Tabla 23. Estrellas del deporte.....	65

Tabla 24. La gozadera.....	66
Tabla 25. Noticiero informando.....	67
Tabla 26. El Huracán de la Tarde .....	68
Tabla 27. Viejitas pero sabrosas .....	69
Tabla 28. Latidos del corazón.....	70
Tabla 29. Yo soy Ecuador.....	71
Tabla 30. Estructura de programa Noticiero Informando .....	72
Tabla 31. Estructura de programa Estrellas del deporte .....	73
Tabla 32. Estructura de programa La Gozadera .....	73
Tabla 33. Estructura de programa El Huracán de la tarde .....	74
Tabla 34. Viejitas pero sabrosas .....	75
Tabla 35. Estructura de programa Latidos del corazón .....	75

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta .....	83
Anexo 2. Evidencia de encuesta .....	87
Anexo 3. Entrevista.....	94
Anexo 4. Evidencia Fotográfica de entrevista a Director de la radio .....	97

## INTRODUCCIÓN

La radio forma parte de los medios de comunicación masivos que un país dispone para el acceso a información, entretenimiento, entre otros. Con el desarrollo de las tendencias, los formatos de variedades y el gusto de la audiencia, las empresas radiales deben adaptarse y mantener una parrilla de programación que logre satisfacer las necesidades de un público específico.

A pesar de los diferentes cambios en el acceso a la tecnología, la radio mantiene su sistema tradicional para llegar al público clásico, no obstante, se obligan a innovar el contenido para enfrentar escenarios convergentes para una mayor oferta programática que logre posicionarlos en el auge de los medios y el consumo digital por parte de una audiencia específica.

La presente investigación se centra en un estudio realizado en la Radio Estrella de Guayaquil, con el fin de proponer un cambio en la parrilla de programación para que tengan una mayor aceptación e incremento de la audiencia, de manera que puedan tener mejores índices de rating para que así mantengan a sus auspiciantes, y atraigan nuevos segmentos de personas.

La investigación se centra en un total de cuatro capítulos que se describen a continuación:

En el capítulo uno se realiza el análisis de la problemática que incide en la radio Estrella para la formulación de objetivos, justificación, delimitación, e idea a defender de la investigación.

En el capítulo dos se procede a la estructuración del marco teórico basado en las variables de manera que se pueda proporcionar nuevos conocimientos asociados a la radio, formatos, parrilla de programación, con su respectivo sustento teórico y fundamentos legales del estudio.

El capítulo tres se procede a realizar la metodología de la investigación mediante el detalle del diseño de la investigación donde se establecen métodos, técnicas e instrumentos del estudio para el levantamiento de información de manera que permitió identificar el problema, las necesidades de la audiencia, validación de la propuesta, entre otros aspectos investigativos.

El capítulo cuatro comprende la propuesta del diseño de una parrilla de programación que está dirigida a Radio Estrella que permita innovar y adaptar sus programas a las necesidades y gustos de la audiencia.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1. Tema**

Formatos Radiofónicos en la producción radial de Guayaquil

### **Título**

Análisis de la parrilla de programación de radio Estrella 92.1 FM y su incidencia en la construcción de producción radial.

### **1.2. Planteamiento del problema**

Esta investigación tiene como objetivo principal analizar la parrilla de programación de radio Estrella 92.1 FM y su incidencia en la construcción de producción radial. Estrella es una emisora con frecuencia modulada (fm). Desde su creación en 1996, cuenta con una programación variada: noticiosa, deportiva y musical, está al aire 24/7. La conducción de los programas la realizan los locutores profesionales que cuentan con experiencia en todas sus áreas, con programas propios y alquilados.

De igual forma, el personal encargado de los controles, Djs, administración, marketing y producción, aunque estos departamentos cuentan con una sola persona en el área ocasionando varias desventajas. Una falencia es la falta de reporteros de noticias y deportes para cubrir las fuentes de información es una de ellas. Por lo general, las notas emitidas en el noticiero son leídas de periódicos o medios digitales, cuando estas deberían ser alternadas con reportajes desde las calles (en vivo) o grabadas para pasarlas al aire.

También la escasa producción radial por ausencia de productor. Este es uno de los principales problemas que enfrenta la emisora actualmente, la ausencia de personal capacitado para crear ideas y guiones y la no contratación de buenos productores experimentados, editores de sonido y locutores comerciales. Tal vez por no invertir o falta de recursos.

Para citar dos ejemplos, el programa El viaje de Priscila, de entretenimiento familiar, transmitido desde las 13:30 pm hasta las 15:00 pm, debido a la escasa producción, es por esta razón por lo cual se ve apretado a nivel de rating. Otro caso es el programa Boleros, de emisión nocturna, las músicas no se actualizan y además no se ha refrescado.

La misión del productor es proyectar y posicionar los diferentes programas del medio con segmentos de noticias, deportes, entretenimiento, cultura, salud y fechas importantes como spots del día de la madre, del padre, independencias, fundaciones de las principales ciudades y provincias del país; todo esto contribuye a mantener a la audiencia informada y orientada.

Es parte de este departamento también, la producción de cuñas comerciales, presentaciones de programas y segmentos, controlar la calidad de las grabaciones que se realizan en el departamento de producción. Esta carencia se convierte en falencia porque entramos ya a la era digital de medios de comunicación y la emisora que no se proyecta con las redes sociales tiende a tomar desventajas.

Otro factor del problema es que la programación actual enfrenta problemas de producción en ciertos programas como son El Vufe de Priscila que es de entretenimiento familiar a partir de las 13:30 a 15:00 pm, debido a la poca percepción de audiencia que genere buenos resultados con respecto al rating, y considerando que los costos para su emisión son altos por concepto de personal, técnicos, comerciales, entre otros. Además, en la emisión nocturna el programa Boleros y más, también genera dificultades al no ser actualizada la música variada, esto asociado al bajo nivel de estudio de campo e investigación para conocer que desea el oyente.

### **1.3. Formulación del problema**

¿Cómo incide la parrilla de programación de radio Estrella 92.1 FM en el fortalecimiento de producción radial?

### **1.4. Sistematización del problema**

- ¿Qué elementos debe tomarse en cuenta para generar mayor producción radial en Estrella 92.1 FM?

- ¿De qué manera afecta la poca producción al fortalecimiento de la imagen de la emisora?
- ¿De qué manera ayuda la parrilla de programación en la construcción de contenidos?

## **1.5. Objetivos de la investigación**

### **1.5.1. Objetivo general**

Analizar la parrilla de programación y su incidencia en el fortalecimiento de la imagen del medio radio Estrella 92.1 FM.

### **1.5.2. Objetivos específicos**

- Determinar la influencia de la producción radial en la emisora Estrella 92.1 FM.
- Fortalecer la parrilla de programación y su contenido.
- Desarrollar contenidos con estilos originales, creativos y únicos que identifiquen a la emisora Radio Estrella 92.1 FM.

## **1.6. Justificación de la investigación**

Es importante analizar la incidencia de la producción radial de la emisora Estrella 92.1 FM, debido a que los programas se difunden no cuentan con la introducción, respectiva como la establece la Ley Orgánica de Comunicación. Es necesario clasificar programación y segmentos, pues tenemos una Ley Orgánica de Comunicación que lo establece en el Título IV, artículo 60, que habla sobre la regulación de contenidos, esta manifiesta: “Los contenidos radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en:

1. Informativos -I;
2. De opinión -O;
3. Formativos/educativos/culturales -F;
4. Entretenimiento -E;
5. Deportivos -D; y,
6. Publicitarios -P.

Los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar todos los contenidos de su publicación o programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos. (...)” Ley Orgánica de Comunicación. (2013). La LOC indica también en este capítulo las sanciones en el mismo artículo: “El incumplimiento de la obligación de clasificar los contenidos, será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con ésta.” LOC. (2013)

El aporte que se va a generar en este medio de comunicación con el fortalecimiento de producción es de mucha relevancia. Pues aparte de ganar audiencia, habrá plazas de trabajo para la nueva generación periodística que tenga las ganas y el conocimiento para contribuir con creatividad, voces y sugerencias en la creación de jingles, spots publicitarios y más.

La producción radial es importante porque representa un sistema de comunicación tradicional en el Ecuador, donde los ecuatorianos pueden tener acceso a diferentes programas y contenidos que les permite mantener un entretenimiento familiar. Además, de integrar medios de difusión de información para mantener informado a la ciudadanía sobre los acontecimientos nacionales e internacionales.

### **1.7. Delimitación o alcance de la investigación**

Este estudio se desarrollará en la ciudad de Guayaquil, emisora Radio Estrella 92.1 FM, ciudadela Mirador del Norte y Av. Felipe de Pezo Mz. 12 S. 21.

### **1.8. IDEA A DEFENDER**

Se debe analizar la parrilla de programación, generar y fortalecer junto con personal experimentado spots promocionales, segmentos, presentaciones para proyectar más la imagen del medio.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.2. Marco referencial**

##### **2.2.1. Historia de la radio en el Ecuador**

En 1929 el ingeniero Carlos Cordovez fue el precursor para que en Ecuador se dé paso a la implementación y uso de la radio mediante la emisora Radio El Prado en Riobamba, situada en una bodega de una fábrica textil. El profesional preparado en la Universidad de Yale gestionó la construcción de la primera emisora en el país. (Cardoso, 2014)

En Ecuador la primera emisora surge como una iniciativa realizada por un profesional con preparación académica a nivel internacional, que bajo sus conocimientos aprovechó un espacio situado en Riobamba para dar paso a la primera emisora de radio que de acuerdo con información histórica esta tuvo sus últimas transmisiones hasta el año de 1939, debido a que el propietario decide vivir en Estados Unidos.

En 1931 en la ciudad de Quito se realiza la primera transmisión radial a través de HCJB La Voz de los Andes, que era dirigido por un grupo de pastores evangélicos, que operaron por 25 años por un permiso especial que fue dado por el presidente Dr. Isidro Ayora. En Guayaquil en el año de 1935 se instaló la primera emisora del Diario El Telégrafo, por parte del ciudadano alemán Juan Behr.

Durante los primeros años que se instaló la radio en Ecuador, se fueron creando nuevas emisoras en las principales ciudades. Es notable, que la historia de la radio en el país es extensa, por lo que durante los próximos años fue relevante su impacto en la sociedad y vida cotidiana. En 1940 aparece en Quito la emisora de radio el Diario El Comercio, nueve años adelante.

Con el pasar de los años se instalaron nuevas emisoras como Canela, Radio Cristal, Estrella, Caravana, entre otros. En 1996 se creó el Consejo Nacional de Radio y Televisión (CONARTEL), un organismo estatal que tenía sus facultades y bases bajo la Ley de Radiodifusión y Televisión, siendo el único ente en realizar la aprobación, regulación y autorización para que las emisoras de radios puedan operar en el país.

La programación radial en Ecuador incluye noticias, música nacional e internacional, radioteatro, entre otros. En emisoras de Quito se transmitían recitales y poemas nacionales de autores destacados, historias, cuentos, entre otros, siendo el programa especial Junio 24 que tenía también como fin llegar a los ecuatorianos residentes en Francia, en especial París.

El 3 de octubre se realiza la conmemoración al radiodifusor, inspirado en el que se celebró en México el 4 de octubre de 1946 donde se llevó a cabo el Primer Congreso de Radiodifusores Privados del Continente Americano. Luego con la creación de la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR), se dio paso a proclamar la fecha en Ecuador, destacando el trabajo arduo realizado para llegar a los hogares ecuatorianos mediante contenido informativo y entretenimiento. (Suarez, 2017)

Al principio las emisiones de radio en Ecuador se realizaban una vez a la semana, siendo el día jueves a partir de las nueve de la noche (21:00 pm) donde se transmitían programas de música y cultura. Radio El Prado siendo la primera en el país, fue el precursor para que más se sumen a la sintonía y formatos que llegaron a las familias con el fin de dar acceso a un nuevo canal de comunicación.

**Tabla 1 Primeras Radios del Ecuador**

<b>Emisora</b>	<b>Año de inicio</b>	<b>Provincia</b>
Radio <i>El Prado</i>	1929	Chimborazo
<i>Ecuadoradio</i>	1930	Guayas
<i>HCJB la Voz de los Andes</i>	1931	Pichincha
Radio <i>Quinta Piedad</i>	1932	Guayas
Radio <i>La Voz del Litoral</i>	1933	Guayas
Radio <i>La Voz del Tomebamba</i>	1934	Azuay
Radio <i>El Palomar</i>	1935	Pichincha
Radio <i>América</i>	1935	Guayas
Radio <i>El Telégrafo</i>	1935	Guayas
Radio <i>Ortiz</i>	1935	Guayas
Radio <i>Bolívar</i>	1936	Pichincha
Radio <i>Ondas del Pacífico</i>	1936	Guayas
<i>HIRSA</i>	1936	Guayas
Radio <i>La Voz del Alma</i>	1936	Guayas
Radio <i>La Voz de Imbabura</i>	1938	Imbabura
Radio <i>Nariz del Diablo</i>	1938	Pichincha
Radio <i>Colón</i>	1938	Pichincha

**Fuente:** (Suarez, 2017)

Durante la década de los 50 el principal formato empleado en las radios del Ecuador fue de radionovelas que formó parte de los nuevos elementos incluidos seguido de programas de concurso y radioteatro. Con esto se integró la malla comercial con la publicidad de productos y servicios, lo que hizo de este mecanismo de comunicación una opción de entretenimiento para los ecuatorianos.

En los años 60 las radios presentaron una caída en la sintonía, debido a la aparición de la televisión, lo que conllevó a que se reinventen las ideas con el fin de innovar su formato y contenido que les permitan mantenerse en el mercado y no optar por el cierre de las operaciones ante la baja aceptación y percepción del público objetivo. Sin duda alguna el avance tecnológico también ha representado un reto para la radio, con el fin de ser capaces de generar interés en la población.

En la Ley Orgánica de Comunicación, según el artículo 106 se estableció que el 33% de las frecuencias de radio sean manejadas por entidades privadas, el 33% público y el 34% restante que sea por parte de los medios comunitarios. Esto con el fin de permitir la libre prensa y difusión de información que no obstante, debe apegarse a normas legales para evitar la difusión de contenido que tenga efectos negativos sobre la sociedad, ya sean estos violencia, mentiras, entre otros.

### **2.2.2. Estructura de la radio**

Según Martínez (2017, pág. 6) la estructura de la radio comprende de los siguientes elementos:

- Cortinilla de entrada
- Saludo de conductores
- Espacio musical
- Pausa comercial
- Cortinilla de regreso
- Mención
- Desarrollo del segundo tema a tratar

La estructura de la radio consta de la programación radial que se maneja, donde es basado en el tipo de target hacia el que va dirigido el formato o contenido de los programas transmitidos en el horario establecido de acuerdo a una planificación y cronograma. Además esto incluye el tiempo de duración, nombre del programa, días de transmisión, horario de transmisión, cantidad de locutores y secciones que abarca la programación ya sea esta musical, cultural, noticias, concursos, entre otros.

En el caso de la cortinilla de entrada se establece como el inicio de la programación radial que empieza con un sonido musical en el que se hace la presentación del tipo de programa, presentadores o locutores, entre otros. Para dar paso al saludo de bienvenida dirigido al público o target al que está dirigido. Este se torna de diferentes tonos según la temática, pero normalmente es alegre y emotivo. (Velasco, 2015)

En un programa de radio se manejan diferentes secciones según la temática, como inicio la cortinilla de entrada y el saludo, seguido del espacio, la pausa comercial, cortinilla de regreso, mención, entre otros. Cada locutor se encarga de manejar un rol y tienen programado un tiempo estimado para realizar las menciones necesarias, aprovechando el horario establecido.

De acuerdo con Rodríguez (2016, pág. 32) indica que en la estructura de la radio “es importante la planificación de los tiempos de cada programa, guion de trabajo para su utilización de manera que se puedan dar una buena programación que se apegue a las expectativas del público”.

Por lo tanto en la difusión de programas de radio la estructura responde a la producción que se lleva a cabo y transmite al aire mediante una base radiofónica para la difusión de información y contenido que se caracteriza por contar con un nombre en particular, concepto del programa, los objetivos que se busca alcanzar, tiempo de duración, horario, público, locutores, colaboradores, publicidad, entre otros.

Cada programa de radio estará planificado mediante el uso de un guion, estos definen el tipo de entradilla y secciones que tendrá para lograr el aprovechamiento de todo el tiempo disponible y generar de esta manera buenos resultados en el aumento de sintonía por parte del público objetivo.

### **2.2.2.1. Géneros radiofónicos**

El género es un sistema de presuposiciones compartidas entre emisor y receptor. La rae lo define como cada una de las distintas categorías o clases en que se pueden ordenar las obras según rasgos comunes de forma y de contenido. (Alzola, 2015)

Los géneros radiofónicos son categorías de programas que se fundamentan en un acuerdo implícito entre emisores y receptores, conforme a un conjunto de reglas de producciones institucionalizadas y reconocibles. Modelos de representación de la realidad que otorgan estructura y orden a los contenidos de la radio para conseguir la creación de sentido por parte del emisor y la interpretación de sus mensajes por parte del receptor.

La definición de género persigue un triple objetivo:

- Facilitar la organización del trabajo profesional.
- Procurar la nomenclatura que permita el estudio en profundidad.
- Sistematizar la enseñanza de las distintas destrezas profesionales

Los tipos de géneros radiofónicos que se manejan para la audiencia son los siguientes:

- Informativo:
  - Puntos clave de la franja programática
  - Política, economía y sociedad.
  - Información meteorológica y deportiva
  - Editor: acontecimientos que son importantes.
  - Producción propia.
  - Acontecimientos emergentes
  - Eventos rutinarios
- Edición Especial:
  - Esporádico y monográfico
  - Elecciones, visitas oficiales, entre otros.
  - Entrevistas
  - Reportajes
  - Ruedas informativas

- Flash informativo:
  - Noticias breves
  - Urgentes
  - Acontecimientos inesperados
  - Repercusión social
  - Avances informativos
- Opinión o debate:
  - Posición central de la parrilla de programación
  - Dirigida a entrevistas importantes
  - Periodicidad diversa
- Reportajes:
  - Imagen de la cadena
  - Informa semanal
- Género de ficción
  - Miniseries
  - Film
  - Series
  - Telenovela
  - Dramas
- Entretenimiento
  - Variedades
  - Magazine
  - Galas
  - Concursos
  - Reality

### **2.2.3. Origen y evolución de la radio**

En lo referente a las comunicaciones esta ha sido utilizada para distintos propósitos, entre ellos el de informar, dialogar y entretener. De acuerdo con datos históricos en la antigua Grecia el ser humano ha empleado diferentes maneras para proporcionar información mediante mecanismos lingüísticos, aduciendo al poder de la palabra para que se tenga conocimiento de un suceso, siendo parte de los principios de sistemas de comunicación e información. (Martínez, 2018)

Con el desarrollo de los mecanismos lingüísticos ya durante el siglo XX se dio paso a la determinación de tres fases que son la oratoria, campo de la comunicación y la teoría de la comunicación moderna. Pero antes que se surja la radio como uno de los canales de comunicación utilizados por la sociedad, el telégrafo fue un mecanismo para el envío de mensajes a largas distancias en menor tiempo.

De acuerdo con Intriago (2016) la radio como invención “nace en el siglo XIX que fue el primer aparato de transmisión y recepción, que hasta 1897 se realiza la transmisión a través del trabajo dirigido por Marconi ganador del Premio Nobel de Física por sus hallazgos en el proceso de radiotelegrafía”.

Es evidente que la creación de la radio fue un aporte importante para la sociedad en general, debido a que revolucionó el sistema de comunicación durante esa época, en el que acompañaba a otros mecanismos como fue el teléfono y telégrafo. Por su funcionalidad sirvió además para la creación de plazas de trabajo, el entretenimiento y la información por su método de radioescuchas. También por ser de instrumento para propaganda durante los conflictos bélicos en la Segunda Guerra Mundial y para la educación ideológica en diferentes países.

La radio evolucionó y dejó de ser sólo un aparato transmisor y receptor a larga distancia, para dar paso a tener gran influencia en la vida cotidiana, por su rol en el ámbito cultural, social, educativo, político y económico. Ha generado cambios en los métodos de adoctrinamiento manejados por los gobernantes y sociedades para que así se maneje un medio de comunicación permanente y a disponibilidad de las personas.

Según Cebrian (2013, pág. 34) los datos más importantes en la historia de la radio a nivel mundial fueron los siguientes:

- Heinrich Hertz en el año de 1888 a través de investigación demostró que a través de la producción de un aparato transmisor y receptor de ondas de radios se puede dar paso a la existencia de las ondas electromagnéticas.
- Alexander Popov de Rusia fue el que inventó la antena que permitió realizar las transmisiones de ondas electromagnéticas desde largas distancias.

- Tesla en 1897 creó un radiotransmisor que fue capaz de transportar la energía electromagnética sin la necesidad de hacer uso de cables.
- Marconi en 1899 realizó la primera transmisión mediante un canal radial en Inglaterra a Francia con una distancia de aproximadamente 48 km.
- Cervera fue un ingeniero español que en 1902 realizó la transmisión de voz humana a través de la radio sin el uso de hilos.
- La Corte Suprema de Estados Unidos en 1943 dio los derechos de patente de la radio a Nikolas Tesla y no a Marconi.
- En 1922 en París Maurice Vinot fue la primera persona en realizar la transmisión de información sobre noticias y deportes.
- En 1938 Welles en Estados Unidos realizó una transmisión radial mediante el radioteatro titulado “La guerra de los mundos” que generó pánico por la creencia que el relato fue real.
- En la actualidad existen diversas emisoras de radios en todo el mundo y su formato incluye de todo tipo de contenido musical, entretenimiento, noticias, deportes, entre otros.

De acuerdo con los datos históricos, la radio ha sido una herramienta que fue evolucionando con los años, se atribuye su origen a diversos ingenieros y científicos, pero su utilidad sigue siendo importante, que a pesar del aumento de la tecnología y nuevos aparatos como celulares, consolas, tablets, entre otros, aún no deja de ser un recurso para el entretenimiento e información.

### **2.2.3.1. Las redes sociales y avances tecnológicos**

Las redes sociales empezaron a ser parte de los avances tecnológicos a partir de 1995 por parte de Conrads Randy como parte de una plataforma que permita que las personas puedan tener contacto a nivel académico. En 1997 se creó una página que tenía como función la creación de un perfil, envío de mensajes y lista de amistades mediante la página sixdegrees.com. (Rodríguez E. , 2016). Al principio las redes sociales que se crearon tenían la función de mantener en contacto a las personas a través de mensajes, con el pasar de los años las necesidades de una mejor interacción dio paso a nuevas plataformas que incluían más funciones para aumentar la calidad de comunicación de los usuarios. En el 2002, incrementaron las ofertas de sitios web donde se promocionaban este tipo de servicios de

comunicación de forma gratuita, siendo Friendster el más popular durante ese año, y que hasta el 2003 registró un total de trecientos mil usuarios.

Otras redes sociales que aparecieron a partir del 2003 fueron: MySpace, Tribe.net, Soflow, Ecademy, entre otros. Con la creciente popularidad la disponibilidad de estas plataformas en aumento. En el 2004 aparece Facebook, que hasta la actualidad es la más popular en la red, desde un inicio esta página estaba dirigido para la población universitaria, hasta que llegó a tener cobertura para todas las personas.

En el 2010 aparece Instagram que es el sitio más popular para compartir videos, fotos, mensajes, entre otros, sus creadores son Systrom y Krieger, donde crearon esta aplicación para celular y con ello hasta el momento también es parte de las redes sociales más populares en internet. Se pueden encontrar muchas redes sociales y cada una ofrece una función en especial, al final su propósito ha sido permitir que las personas puedan estar en constante comunicación. Con el desarrollo de los avances tecnológicos, muchas aplicaciones fueron formando parte de la amplia propuesta y servicios en internet. Esto provocó que otras plataformas y estaciones como la radio, innoven su sistema de comunicación, llevando la oferta musical, deportes, variedades, entre otros, a través de aplicaciones y páginas web.

Según en la página web Radios Libres (2014) con el desarrollo tecnológico “la radio se ha aliado con el internet de manera que se pueda llegar a más audiencia, sin recurrir a altos costos, lo que ha representado una ventaja frente a la amplia competencia de plataformas y contenidos digitales”.

En fin, la radio se ha acoplado a los nuevos cambios tecnológicos para poder mantener su presencia en los gustos y necesidades de usuarios que buscan contenidos variados para suplir sus necesidades. La tecnología es importante y su fortalecimiento al mismo tiempo favorece a las estaciones que acuden a ella para evitar emplear altos gastos.

#### **2.2.4. Programación radiofónica**

Según Izquierdo (2016) la programación radiofónica se refiere a “un conjunto de emisiones que se proceden a transmitir a través de una frecuencia de manera periódica, para

emitir algún tipo de información basado en modelos de comunicación que puede ser a diario o regularmente”. (p. 43)

De acuerdo con el autor la programación radiofónica hace referencia a los diferentes elementos de la radio y su contenido que son seleccionados y transmitidos a una audiencia a través de un canal de comunicación que es la radio. Se establece mediante un cronograma, guion y planificación para definir el nivel de cobertura al que se busca llegar con el programa radial.

Los modelos de programación que se establecen son basados en el modelo generalista que parte de lo tradicional y convencional como es el caso del contenido de tipo musical, deportivo, cultural e informativo. Se define un horario preferencial según el target, para que así se logren altos niveles de sintonía que van de acuerdo a un conjunto de textos y guiones dirigidos por locutores.

En el caso del modelo segmentado para este caso se hace énfasis en la programación de contenido de acuerdo a un formato y género, que son parte de una segmentación pública que se divide en: sociales, sexo y edad. Definiendo estos aspectos se establecen el contenido de radio juvenil, femenina, de migrantes y para infantiles bajo una programación de horario establecido.

El modelo especializado este se relaciona con programación de contenidos especializados a través de radios segmentados que se denominan como: all music, all news y all talk. De esta manera las estaciones de radio determinan el formato que manejarán conforme al tipo de audiencia, ya sea en el caso de ejemplo de música especializada de diferentes géneros para público de una determinada edad, logrando así dar una variedad de ritmos que sean parte de las estrategias de formato radial.

#### **2.2.5.1. Etapas de la producción radiofónica**

La producción radiofónica se entiende, como el conjunto de un trabajo organizado desde la concepción hasta la optimización oportuna entre las tres etapas, que son: la Pre-producción, la realización y la post-producción. En la pre-producción, se definen aspectos importantes que nos guiarán en el desarrollo de las siguientes etapas. En esta etapa, se realiza

una debida planeación y nos empezamos a cuestionar, para que publico ira dirigida, el horario en que será emitido, el tiempo que durará al aire, los contenidos que serán emitidos, los recursos humanos y demás. (Arrobo, 2017)

Se realiza una investigación detallada condicionada por los recursos con los que dispongamos y la respuesta de dicha investigación a la que queramos llegar. En esta etapa también se realizan la debida redacción y el guion o la pauta del material que vamos a presentar en la etapa de realización. La edición, también es un aspecto importante en esta etapa, sobre todo si estamos trabajando con entrevistas grabadas, en las que debemos seccionar lo que nos sirve y se incluyen las llamadas piezas artísticas, es decir, los separadores, la presentación del programa y sus distintos bloques.

La segunda etapa llamada también la etapa de realización o producción. Aquí es donde evidenciaremos lo planificado en la etapa de la pre-producción y demostraremos que tan hábiles somos en el tiempo al aire, la claridad de lo que se va a decir y hacer, el trabajo en equipo, la capacidad de improvisación y claridad, el conocimiento de los contenidos y la espontaneidad. (Alzola, 2015)

Es por ello que a un productor profesional se le exige ciertos manejos de habilidades y conocimientos como: capacidad de memoria y de comunicación, ordenación de datos, interpretación adecuada y una facilidad y claridad de expresión.

Cada una de estas etapas están entrelazadas entre sí, es por eso que es importante, aplicarlas todas de forma correcta a la hora de impartir un programa radiofónico, ya que esto diferenciará entre un programa mal producido y uno satisfactoriamente planificado, realizado y producido.

### **2.2.5. Contenido y elementos de la radio**

Arrobo (2017) indicó que el contenido y los elementos que conforman la radio son los siguientes:

- **Presentador:** Es la persona que trabaja como moderador, entrevistador, locutor, entre otras funciones dependiendo el tipo de formato de la programación radial.

- **Guion:** Es una agenda o directrices que se establecen para determinar el tema a tratar en el programa de radio que se asigna a un horario determinado que es preparado por profesionales para que sean dirigidos por el productor y los locutores.
- **Productor:** Es la persona encargada de dirigir las actividades dentro de los programas de radio, coordinando la redacción, secciones, pausas, entre otras actividades establecidas en el guion.
- **Técnico de audio:** Es la persona que realiza todos los controles de efecto y sonido durante la programación radial, teniendo en cuenta cada sección según el guion.
- **Anunciante:** Son parte de los sponsors que tienen las cadenas radiales privadas con fines de lucro que ofrecen su servicio de anuncios para la promoción de bienes o servicios durante varios momentos del día.
- **Equipo de ventas:** Son un grupo de personas que se encargan de realizar la programación de la emisión de anuncios pagados por empresas durante los segmentos que se presenten en la radio.

Los elementos y contenidos de radio dependerán del tipo de programación que manejen, por lo que pueden variar según el tipo de audiencia. Además, las estaciones de radio dependen de un conjunto de personas que cumplen una serie de funciones específicas que responden a actividades enfocadas en el cumplimiento de un cronograma, para lograr que se lleve a cabo cada una de las secciones de programación radiofónica como son los espacios publicitarios.

Cada emisora de radio maneja su equipo de trabajo y elementos para lograr transmitir la información y contenido a la audiencia, todo dependerá de la capacidad financiera para emplear diferentes formatos que tengan un importante aporte en la captación de nuevo público que guste de mecanismos de comunicación musical, cultural, político, entre otros.

### **2.2.6. Producción radiofónica**

Bracamonte (2013) indicó que la producción radiofónica es “el desarrollo de etapas que se elaboran dentro de un programa de radio bajo un proceso dinámico donde se maneja según variables de tiempo, objetivos, contexto y necesidades a nivel comunicativo”. (p. 43)

Según lo indicado por el autor la producción radiofónica se refiere al conjunto de actividades que están orientadas a la elaboración de una programación, siendo esta parte de las acciones dinámicas que llevan a cabo un conjunto de personas y que fluctúa según las necesidades de la audiencia. Para esto es vital establecer de forma sistemática los horarios, metas, contexto, entre otros elementos.

Para Torre y Peñafiel (2015) la producción radiofónica cumple con tres fases que “son la pre-producción, producción y postproducción, donde en cada una de estas etapas se sigue una secuencia ordenada y planificada para que así se cumpla con el formato, duración y audiencia”. (p. 92)

En la etapa de pre-producción se realiza la planificación de todos los indicadores que conforman parte del programa de radio que se va a producir, en el que se define qué es lo que se va a realizar bajo una edición previa del formato para conocer el tiempo de duración durante la transmisión al aire. Además el productor define los temas que se van a tratar, tomando en cuenta objetivos, roles y tareas que están sujetas a cumplimiento por parte del personal.

Durante la etapa de producción se lleva a cabo la realización del formato o guion del programa de radio, en el que el locutor tiene la posibilidad de realizar acciones de concentración, improvisación y conocimiento previo una vez que se ha revisado los documentos con relación al tema que se va a tratar. Siendo así que se pasa por la última etapa que es la de post-producción que se hace una evaluación de datos para una corrección o cambio de contenidos, en el caso que este no haya sido transmitido en vivo se realiza una edición para eliminar elementos que puedan afectar el correcto manejo de la información proporcionada por el locutor.

Para Bracamonte (2013) en las diferentes etapas de producción radiofónica se realizan las siguientes acciones:

- **Etapa de pre-producción:** Investigar para producir, realizar la organización del contenido para su producción y los criterios establecidos para la selección y orden del guion.

- **Etapas de producción:** Realización del contenido evaluado y editado por el productor, flexibilidad en el manejo de los tiempos, libertad de exposición de argumentos y conocimientos de los contenidos.
- **Etapas de post-producción:** Edición, evaluación y retroalimentación de acuerdo a los resultados.

En las diferentes etapas de la producción radiofónica es vital tener claro cuál es la idea principal que se busca dar a conocer a la audiencia basado en la coordinación y edición de un contenido que es manejado por los locutores que manejan con claridad y conocimiento la información para emplear el discurso mediante técnicas de vocalización y lingüísticas. Por lo tanto es necesario que se tenga un patrón en el desarrollo de la programación mediante la construcción de un formato que se adecue a las necesidades tanto de la emisora como del público o target.

#### **2.2.6.1. Funciones del personal en la producción radiofónica**

Jacques (2013) indicó que en la producción radiofónica “el personal juega un papel importante y determinante ya que depende de su dedicación para cumplir una serie de funciones que lleven a cumplir los objetivos en el desarrollo de la programación realizada en la radio”.

El equipo humano es el que trabaja a diario para que se cumpla con lo planificado en la producción radiofónica, realizando un conjunto de actividades en el lugar de trabajo para que así se lleve una correcta dirección, coordinación, evaluación y conducción del programa de radio. En cada emisora mantienen una cantidad específica de trabajadores que desarrollan sus roles estos van desde el productor hasta el personal de controles y sonido.

Las funciones que cumplen el personal de una estación de radio para la producción de un programa son las siguientes:

Guionista	Productor	Asistente de Producción	Musicalización	Locución	Controles
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de guiones.</li> <li>• Revisión y copiado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirección.</li> <li>• Coordinación general.</li> <li>• Probar micrófonos antes de ir al aire.</li> <li>• Hidratación en estudio.</li> <li>• Chequear que CDs o cassettes estén a punto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cronometrado y revisión de los tiempos.</li> <li>• Recibimiento de invitados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selección de cortinas y fondos musicales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conducción del programa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grabación de sonidos (voz, efectos, música); Mezclado; edición.</li> </ul>

**Figura 1. Funciones del personal de radio. Fuente: (Cebrían, 2013)**

Otro punto a destacar es que el personal de una emisora de radio está comprometida a emitir ideas que estén concebidas del conocimiento sobre un tema que se busca producir en el programa de radio. Con estos puntos se pueden preparar la sinopsis que contiene datos suficientes para que sean transmitidos a la audiencia y así cubrir todas las necesidades en las secciones que contiene el formato del programa.

Los guionistas y el productor están a cargo de la evaluación y revisión de la ficha técnica para su aprobación con relación a los datos establecidos para el programa como son: nombre, el tema, características, tipo de audiencia, metas, producción, sonido, duración, horario, entre otros. En el caso del guion literario permitirá a los locutores exponer mediante discurso sobre la temática a tratar, así como el diálogo, presentación y demás detalles que se tomarán en cuenta.

Para el guion técnico este documento que es manejado por el personal de control con el fin de conocer la manera en que realizarán todas las acciones de manejo de efectos, sonidos, anuncios, entre otros. Estos detalles técnicos son necesarios para que se logre realizar la programación en el horario que establezca el productor según la parrilla de contenidos.

### **2.2.7. Producción de radios europeas**

En Europa la radio sigue parte de los diferentes medios de comunicación que cuentan con un vasto contenido de información, entre ellos está Contacto Europa que es una emisora de radio perteneciente al bloque de la Unión Europea (UE), con una delegación de europeos que se encargan de realizar la transmisión al aire durante todos los fines de semana de contenido musical, cultura, político, entre otros. (Martín de la Guardia, 2014)

Esta emisora de radio ofrece a la audiencia un contenido multicultural sobre los diferentes países que conforman la Unión Europea, considerando también información referente a la parte política y los modelos de integración empleados por este bloque. También el formato ofrece información relativa a la política sobre los diplomáticos y sus propuestas relacionadas al mejoramiento social.

El horario de transmisión es de 15:00 pm a 22:00 pm que se escucha en todos los países de la Unión Europea y en diferentes países fuera del continente en especial Venezuela, Chile, Bolivia y Argentina. Los programas de radio son de alta calidad donde la principal atracción es uno denominado Zona Libre en el que un entrevistador mantiene un diálogo con diferentes personales culturales y de la política para abordar temas de interés a nivel externo e interno.

El contenido de producción radiofónica que se maneja en Contacto Europa es el siguiente:

- Cultural
- Política
- Económica
- Entrevistas
- Social
- Multicultural
- Cambio climático
- Música clásica
- Radioteatro

Otra radio europea que ha captado atención de la audiencia es Radio Eco de Moscú, que surgió en 1991 y que su fama precede sobre la cobertura informativa de la revolución y el golpe de estado. Durante su tiempo de transmisión se ha visto interrumpida cuatro veces por problemas a nivel político, debido al formato de radioteatro que hacía énfasis en el denominado golpe teatral.

Conforme voy escribiendo estas líneas, no hay ninguna ley que rija la distribución de las frecuencias de difusión para la radio y televisión en Rusia. Se prevé la promulgación de una ley para 1992. Pero en 1990, año en el que nació la idea de formar nuestra radioemisora, el estado soviético ejercía un dominio absoluto sobre la tele y radiodifusión. Las primeras golondrinas anunciadoras de tiempos nuevos para los medios de radiodifusión independientes de la URSS llegaron el 30 de abril de 1990. Aquel día, dos radioemisoras emitieron por primera vez, casi simultáneamente, en las ondas de Moscú y en frecuencias entregadas por el todopoderoso Gosteleradio (el Comité Estatal de la URSS para Radio y Televisión). Ambas eran emisoras de música comercial, gozaban del apoyo de Francia y al inicio, ambas dependían fuertemente de las estructuras estatales. (Naumenko, 2017)

Junto con otros periodistas, intentamos cambiar las cosas y propusimos nuevos programas para Radio Moscú Internacional. Pero la inercia del mamotreto estatal de radiodifusión era tal, que aún en plena perestroika, cualquier nueva iniciativa se hundía en un infinito océano de comentarios oficiales, que nosotros llamábamos “adoquines” en nuestra jerga profesional. Mientras tanto, yo hacía todo lo posible por conseguir un transmisor y una frecuencia, así como fondos para la radioemisora que ya tenía en mente, pero mis esfuerzos fueron vanos hasta 1990. De repente en abril de 1990, me sonrió la suerte. Un amigo me sugirió que me presentara para el puesto de redactor-jefe de una nueva radioemisora que parecía tener una buena base técnica y financiera. Organicé inmediatamente una reunión con los responsables de este proyecto. (Bracamonte, 2013)

La programación original y ecléctica refleja los deseos de los periodistas del Eco de Moscú de competir con la radio nacional en todas las áreas, y hacia todas las generaciones. Nos va bien según una reciente encuesta sobre la audiencia de Moscú, que nos atribuye un 7% de oyentes leales (más de un 12% compuesto por personas con educación superior), y un 21% que nos escucha de forma periódica. La audiencia más elevada se produce durante la mañana que alcanza hasta los tres millones de oyentes. (Aguirre, 2016)

### **2.2.8. Producción de radios latinoamericanas**

En América Latina, los argentinos fueron los primeros que comenzaron a fabricar aparatos radiofónicos. El médico Enrique Susini, montó un transmisor de 5W en la azotea del teatro Coliseo, para llevar a cabo la primera transmisión. Siendo hasta el 27 de agosto de 1920, cuando por fin pudo transmitirse en Buenos Aires, una ópera de Richard Wagner, fue considerado el primer programa dirigido al público de todo el continente.

La primera emisora que daba un servicio regular fue KDAK de Pittsburg, cuya “cabina” estaba instalada en un garaje de la Westinghouse. Realizándose un análisis del sitio WEB “Envío Digital” sobre la radio digital de la Universidad Centroamericana de noviembre del 2007, comentan: En seis décadas, la radio latinoamericana ha tomado en serio su responsabilidad educativa, ha movilizó a la población, ha defendido las identidades culturales, ha devuelto autoestima a la gente devolviéndole la palabra, ha empoderado a la ciudadanía en el reclamo de sus derechos y ha democratizado los contenidos aprovechando el Internet. (Aguirre, 2016)

Seis grandes aportes al desarrollo de nuestro continente, el cual fue fundamental para que los medios radiales impulsen su labor en la sociedad latinoamericana, producto de la gran acogida que la radio tiene, sobre todo este impacto con el transcurso del tiempo se ve reflejado en las comunidades más remotas de cada pueblo de la región latinoamericana porque sin necesidad de energía eléctrica por cables, la radio podía ser escuchada de un receptor que funcione a base de pilas.

Los medios radiofónicos tienen una gran popularidad, a través de la historia, en nuestra latinoamericana, la sociedad no se ha limitado a solo ser radioescuchas, han buscado nuevos caminos para ser radiohablantes. La participación de amplios sectores sociales y políticos en este medio ha sido constante desde su creación. Esta participación va desde las complacencias musicales hasta las entrevistas callejeras, la misma que ha cosechado grandes sintonías en una sociedad urbana o rural, vinculándola con los “servicios sociales”, comunitarios, jugando un papel funcional como subsidiario de los problemas sociales que tenga una comunidad en sí.

### **2.2.9. Producción de radios ecuatorianas**

La radio ecuatoriana está dando mayor prioridad al formato musical, y esto se ha venido fortaleciendo en el siglo XXI, desplazando el contenido teatral y de novelas, ante la tendencia que tiene la audiencia sobre la música. Una de las causas que también permite que las emisoras puedan contar con un vasto contenido de géneros musicales, es porque en Ecuador no se mantienen controles estrictos sobre derechos de autoría, siendo así que tienen acceso a estos sin generar algún tipo de costo.

De acuerdo con información de ARCOTEL existen un total de 1.865 emisoras de radio en el Ecuador, del cual la mayoría han descartado la radinovela, radioperiódico, entre otros. Guayas, Pichicha y Azuay son las provincias donde se registran una mayor cantidad de emisoras en el que destacan los programas musicales, deportivos, variedades y noticias como por ejemplo Caravana, Canela, Diblu, entre otros.

Radio Canela con la frecuencia 106.5 FM, localizada en la ciudad de Quito, es una emisora que transmite a la audiencia contenido pop, música romántica e información deportiva, política, farándula, entre otros. Se la ha reconocido como una pionera en la difusión de formatos culturales y humorísticos, también de contar con una amplia gama de variedades que son parte del interés social de las personas que gustan de este tipo de contenidos de producción radiofónica.

Las transmisiones que realiza Radio Canela empiezan a partir del año 2000, siendo la ciudad de Ibarra el lugar donde se encontraba la emisora. Actualmente cuenta con plataformas digitales que permiten al público acceder a todos los formatos desde un celular, computadora, tablets, entre otros. Mantiene además un área de ventas para que las empresas busquen anunciarse.

Los programas que se realizan en Radio Canela durante las 24 horas de radiodifusión son los siguientes:

- A Filo de Cama
- Canela DJ
- Radiación Temprana

- Habitantes de la Noche
- Sonidos de la Pacha Mama

**Tabla 2. Frecuencia Radial - Radio Canela**

Frecuencia radial	Localidad
106.5 Fm	Quito
92.7 Fm	Ibarra
89.3 Fm	Manta
106.1 Fm	Tena
90.5 Fm	Guayaquil
100.7 Fm	Machala
107.3 Fm	Cuenca
94.5 Fm	Lago Agrio
91.7 Fm	Macas
94.5 Fm	Chimborazo
106.5 Fm	Ambato
102.7 Fm	Quevedo

**Fuente:** (Emiroras Ecuador, 2018)

La empresa Cadena Radial América del Ecuador se compone por un total de cuatro estaciones que son en Quito, Imbabura, Tulcán y Guayaquil, que maneja un formato de música mayormente tropical como salsa, merengue, bachata, entre otros. La programación está disponible las 24 horas del día, incluyendo además las noticias de lunes a viernes en el horario de 6:00 am a 9:00 am. Esta emisora también tiene cobertura con el sur de Colombia llevando todo lo referente a la música.

Esta emisora además cuenta con una plataforma web que permite el acceso desde diferentes dispositivos tecnológicos. El público objetivo son las personas de todas las edades, de sexo indistinto con el fin de tener una cobertura masiva en el Ecuador que les ha permitido ser primeros en muchas ocasiones como la radio de preferencia de los ecuatorianos especialmente en la costa.

La programación que ofrece América, la Campeona, en la ciudad de Guayaquil es la siguiente:

- Full mix
- Buenos días América
- Vacilando la Mañana
- Memorias por América
- Sin Control
- Locos por la Chicha
- Al calor de la noche

**Tabla 3. Frecuencia Radial – Radio América**

<b>Frecuencia</b> <sup>radial</sup>	<b>Localidad</b>
104.5 Fm	Quito
89.1 Fm	Ibarra
89.7 Fm	Tulcán
93.3 Fm	Guayaquil

**Fuente:** (Emiroras Ecuador, 2018)

Radio Forever con frecuencia 92.5 Fm empezó a radiotransmitir el 27 de noviembre de 1995, siendo el lugar de residencia Guayaquil. Está en el top diez de las emisoras que más se escuchan en Ecuador, debido a su formato musical que es exclusivo donde se combinan diferentes géneros en habla hispana e inglés, esto con el fin de suplir las necesidades de diferentes segmentos de audiencia.

Los programas que se ofrecen en la Radio Forever para la amplia audiencia son los siguientes:

- Lo que usted quiere oír
- Fútbol Show
- Entre Santos y Pecadores
- Al borde de la noche
- Micro informativo

- Forever night

**Tabla 4. Frecuencia Radial – Radio Forever**

<b>Frecuencia radial</b>	<b>Localidad</b>
92.5 Fm	Guayaquil
92.5 Fm	Santa Elena

**Fuente:** (Emiroras Ecuador, 2018)

Radio Forever ofrece una múltiple propuesta de formatos informativos, musicales, deportivos, siendo diferentes variedades donde la principal producción radiofónica se enfoca en la música de los años sesenta en adelante. También disponen de una plataforma web para el acceso a todo el contenido y la radio en vivo para el público en general.

### **2.2.9.1. Radio Estrella**

Es una emisora que ofrece contenido musical como es la salsa, cumbia, baladas, reggaetón, merengue, entre otros. También dispone de otra variedad de contenidos que son parte de su parrilla de programación que se lleva realizando desde 1995. Su público objetivo son las personas de estrato social alto, medio y bajo de 22 años en adelante, sexo indistinto, así como otros aspectos demográficos.

- **Cobertura:** Desde la ciudad de Guayaquil, señal abierta para las provincias del Guayas, Manabí, Los Ríos, El Oro, Sta. Elena.
- **Fortalezas:** Locutores profesionalmente conocidos y con gran calidad personal capacitados en todas las áreas, pautaaje computarizado con monitoreo al instante de la publicidad.

La principal programación radial y contenidos que ofrece Radio Estrella 91.1 FM son los siguientes:

- Noticiero informando
- Estrellas del deporte
- La gozadera
- Yo soy Ecuador

- El vufe de Priscila
- Estrella mix
- Latidos del corazón
- Boleros y más
- Fútbol 17
- Voces amarillas
- Estrella mix
- Iluminando tu atardecer

### **2.2.10. Parrilla de programación**

De acuerdo con Pérez (2016) la parrilla de programación de una emisora de radio “es un formato que determina detalladamente el nombre del programa, horario, días de emisión, entre otros, donde también surge la delimitación publicitaria conforme al tipo de audiencia”. (p. 13)

La parrilla de programación comprende a una estructura que muestra los programas de forma dinámica y estable, donde se tiene un detalle de los días de emisión, horarios, anuncios, directorio, entre otros criterios que sintetizan toda la oferta de contenidos que tiene una emisora de radio. Se caracterizan por ser un tipo de plano que informa sobre el espacio temporal que se utilizará para la programación de diferentes propuestas de formatos y guiones dirigidos por un grupo de personas.

Programar es una técnica, pero, al mismo tiempo, también es un arte: la técnica y el arte de idear, realizar y presentar contenidos que brinden un servicio a su audiencia, acorde con los principios editoriales de la universidad, los recursos humanos y técnicos de que se dispone y los parámetros reales del mercado en el que se emite. La programación también es el modo y la forma de idear y organizar el tiempo radiofónico de acuerdo a una actuación concreta. (Ortiz, 2014)

La programación se configura como una parte más del proceso productivo en el que entran en juego la estrategia, la investigación y la intuición para adelantarse a los gustos y necesidades de los oyentes. La parrilla de programación es una herramienta que visibiliza cada uno de los programas que se emiten en la radio, se debe pensar en una oferta

programática exclusiva para la radio on line, diferente a la de la radio análoga, pues debe tener especificaciones para quien que está sentado frente a un computador escuchando y viendo la radio; en otras palabras la programación debe ser planteada para una radio que será también vista.

Así mismo la terminología de la programación de las parrillas, hace referencia a los contenidos particulares que identifican la emisora; el modelo programático constituye la estructura del diseño de programación de una emisora. (Arrobo, 2017)

Por lo tanto a través de la parrilla de programación la emisora de radio puede tener una estructura ordenada sobre los programas que van a presentar durante un horario establecido y tomando en cuenta el segmento de oyentes a los que quieren llegar mediante contenido de diferentes áreas como es la música, noticias, deportes, cultura, novelas, entre otros.

#### **2.2.10.1. Parrilla de programación por estructura**

Una clasificación que se da únicamente en la radio generalista y en referencia a la convencional. Se trata de tres modalidades de programación atendiendo a la estructura:

- **Programación mosaica:** Es una estructura regida de contenido de diferentes géneros y formatos donde se realiza una combinación de programas que están distribuidas por horarios para llegar a los oyentes como por ejemplo (cultural, informativo, musical, informativo, musical).
- **Programación por bloques:** Es el que se maneja frecuentemente en las emisoras de radio, que están enfocado en cubrir una segmentación de programación mediante una cantidad determinada de formatos o el denominado magazin que es programa contenedor de diferentes géneros.
- **Programación mixta:** Para esta estructura se combinan el estilo por bloques y mosaico que son manejados por emisoras de radio de alta audiencia y que es cubierta por una programación de alto costo en horarios establecidos, mientras que en el resto del día con contenido de bajo costo como puede ser música.

La parrilla de programación maneja una estructura que permite a la emisora ofertar diferentes contenidos que puedan cumplir con las necesidades de los oyentes, por lo que además se plantea de dos maneras como generalista o especializada, esto considerando los recursos humanos, económicos y tecnológicos que tenga la radio para dirigirse a público potencial que se convierta en audiencia permanente.

### **2.2.11. Elaboración de una parrilla de programación**

De acuerdo con Arrobo (2017) el proceso para la elaboración de una parrilla de programación para una emisora de radio debe considerar los siguientes elementos:

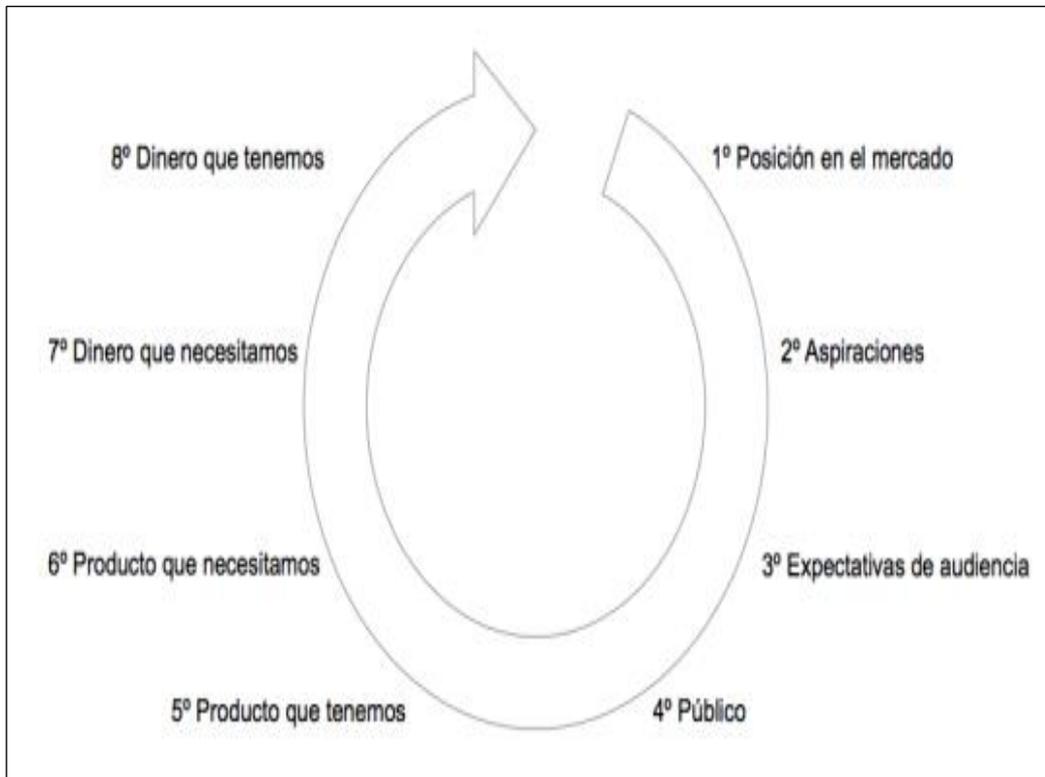
- Confrontación directa en el que se busque la oferta de contenidos dirigidos para los targets.
- La coexistencia complementaria en el que se tenga conocimiento del mercado y se complementen los espacios con propuestas de programación que puedan atraer público objetivo.
- Proceder con la búsqueda de alternativas para el crecimiento de la programación en la emisora de radio que sea rentables y no representen un amplio costo para su aplicación en la parrilla de programación.

En el proceso de construcción de la parrilla de radio, es necesario que la emisora de radio tenga establecido el target al que realizará todo esfuerzo para suplir sus necesidades con relación al acceso a formatos que sean de su agrado. Con la elección del contexto para la programación de radiodifusión se hace uso de un modelo o estructura que se acople a la disponibilidad de recursos que tenga la emisora y así proceder a las tres etapas de producción radial.

Por lo tanto es importante que la emisora lleva a cabo los siguientes procesos en la elaboración de la parrilla de programación:

- Ver el nivel de audiencia y publicidad que maneja la emisora de radio para determinar a qué público se debe llegar con la programación radiofónica.
- Definir el objetivo de cada programa que se estructura dentro de la parrilla de programación.

- Determinar las expectativas de la audiencia mediante un estudio de mercado para la recolección de información.



**Figura 2. Proceso de elaboración de parrilla de programación.**

**Fuente: (Velasco, 2015)**

La parrilla se construye considerando una doble dirección: vertical y horizontal. Las técnicas verticales permiten crear un hilo conductor entre los programas, que facilita el tránsito de audiencia. Por su parte, las técnicas horizontales permiten la memorización en la audiencia, que genera unos hábitos de consumo mediático y posibilitan la fidelización.

La investigación de audiencias es una vía de conocimiento del comportamiento de la sociedad respecto del medio televisivo. Permite conocer el tamaño y la composición sociodemográfica de la audiencia y sus resultados no solo sirven a los medios de comunicación, sino que adquieren relevancia social y económica.

## **2.3. Marco conceptual**

### **Audiencia potencial**

Es el mayor número de personas que pueden acceder a un medio de comunicación concreto en un tiempo por determinar, ya sea un día, una semana, entre otros. (Arrobo, 2017)

### **Parrilla de programación**

Es la síntesis de la oferta programática de una emisora. Generalmente, las parrillas son como una especie de plano que contiene el título de los programas y el espacio temporal que ocupan, así como el día en el que se emiten. (Córdova, 2016)

### **Emisión radiofónica**

Transmisión a distancia del sonido a través de ondas hertzianas o radioeléctricas. (Torre y Peñafiel, 2015)

### **Equipos de baja y alta frecuencia**

El primer grupo lo integran todos aquellos aparatos que generan, captan y manejan la señal (el sonido) que posteriormente ha de ser transmitida. Los micrófonos, los giradiscos o platos, los CD's, la tabla de mezclas... son equipos de baja frecuencia. (Jacques, 2013)

### **Estudio de radio**

Sala de audio donde se controla la realización de un programa de radio, ya sea emitido en directo o grabado. En este estudio se controlan todas las fuentes sonoras que en un espacio radiofónico se generan. (Aguirre, 2016)

### **Noticia radiofónica**

Es la principal forma de transmisión de los contenidos de actualidad, es decir, el género informativo radiofónico por excelencia. (Aguirre, 2016)

### **Ritmo**

Es el resultado de una actividad perceptiva capaz de captar una estructura determinada por una sucesión de fenómenos, aislados o asociados, que se repiten regular o irregularmente en el tiempo. (Arrobo, 2017)

## **Rating de Mercados**

Es una medida aleatoria que se enfoca en el monitoreo de la audiencia que forma parte del target de la emisora de radio, lo que permite tener información sobre los gustos que tienen los usuarios. (Aguirre, 2016)

## **Proyectos e imágenes de equipos**

Son los recursos con los que cuenta la emisora de radio que permita tener un índice de las imágenes que se hacen uso durante las programaciones radiales, así como los proyectos para el desarrollo de una producción. (Ballesteros, 2017)

## **Áreas en mención**

Son los espacios utilizados durante una programación de radio para hacer mención de algún tipo de mensaje y reforzar los planes a través de un monitoreo de la audiencia de mercado. (Córdova, 2016)

## **2.4. Marco legal**

### **2.4.1. Constitución de la República del Ecuador 2008**

De acuerdo con el artículo 16 de la Constitución del Ecuador establece sobre los derechos de los ecuatorianos lo siguiente:

1. Que tengan derecho a una comunicación libre que promueva la inclusión y diversidad a través de la participación empleando cualquier medio o forma de lenguaje propio.
2. Acceder a los medios tecnológicos como son las TIC.
3. Tener derecho para la creación de medios de comunicación que puedan ser privados, comunitarios, entre otros.

Con respecto al artículo 17 de la Constitución establece que el papel del Estado es el fomento de la diversidad de medios de comunicación considerando:

Que en el punto 2 del artículo 17 define que permitirá y facilitará el desarrollo de todos los medios de comunicación del país ya sean estos, públicos, privados o comunitarios, que permitirán un acceso a la universalidad de los medios tecnológicos como son las TIC con el fin de permitir el desarrollo de la difusión

de información de forma responsable y ética. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

En el artículo 18 de la constitución también establece que para todos ecuatorianos hay el derecho de poder acceder a una información veraz y responsable, así como su difusión, e intercambio siempre y cuando se cumpla con lo referente a la responsabilidad ulterior que defina la ética para manejar información. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

#### **2.4.2. Ley de Telecomunicaciones**

En el artículo 2 de la Ley de Telecomunicaciones sobre el ámbito de aplicación define que en el servicio de radiodifusión las redes y la infraestructura a utilizar en el área de la radio y televisión deberán estar sujetas a control y cumplir con los requerimientos establecidos en la ley. (Ley de Telecomunicaciones, 2010)

#### **2.4.3. Ley Orgánica de Comunicación**

En el artículo 14 sobre la Ley Orgánica de Comunicación sobre los principios de interculturalidad y plurinacionalidad establece que como papel del Estado mediante los organismos de control y funciones públicas establecerán las medidas que deben cumplirse en el ámbito de la radiodifusión empleando una política que establezca funciones, derechos, responsabilidades, obligaciones entre otros aspectos con el fin de mantener una comunicación veraz que promueva los valores y la interculturalidad. (Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

Con respecto al artículo 17 sobre los derechos a la libertad de expresión y opinión establece que para los ecuatorianos existe el derecho orientado a la capacidad de poder expresarse con libertad, considerando cualquier tipo de medio de comunicación pero que están sujetos a la ley por la responsabilidad de las ideas expresadas. (Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

En el artículo 19 de la ley que habla sobre la responsabilidad ulterior y como efecto de este cuerpo legal define este término como aquella obligación que debe asumir una persona o institución y que puede contraer consecuencias administrativas conforme a las

formas de comunicación en caso de que se realice la difusión de información y contenidos que puedan afectar la sensibilidad de la población. (Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

En el artículo 35 de la Ley Orgánica de Comunicación sobre el derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación que está representada por todos los ciudadanos que tienen pleno derecho de tener acceso a la capacitación y hacer uso de las TIC con el fin de tener las oportunidades para el desarrollo de la difusión de datos y contenidos. (Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

En el artículo 65 sobre la clasificación de audiencias y franjas horarias determina tres audiencias que están establecidas conforme el horario de programación que mantienen los medios de comunicación de televisión y radio que son lo siguiente:

1. Horario familiar que está incluido por todos los miembros del hogar donde la franja horaria es de 6:00 am a 18:00 pm y se clasifica con la letra A de “Apto para todo público”;
2. Responsabilidad compartida: Que está compuesta por personas de 12 años a 18 años donde se recomienda la supervisión de adultos y su franja horaria es de 18:00 pm a 22:00 pm donde la clasificación de esta programación es con la letra B “Vigilancia de una persona adulta”;
3. Adultos: Esta categoría se compone de personas mayores de 18 años que se distribuye en una franja horaria desde las 22:00 pm a 06:00 am y donde se establecen las programaciones clasificadas en A, B y C, siendo el último que es determinado como sólo para adultos. (Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

#### **2.4.4. Código Deontológico**

En el artículo 10 sobre las normas deontológicas establece que las personas tanto naturales como jurídicas deben participar en la comunicación, donde es necesario cumplir con normas mínimas que están aplicadas en la difusión de información y que son las siguientes:

1. Referidos a la dignidad humana:
  - a. Respeto de la reputación de los ciudadanos;
  - b. No difusión de contenidos que sean susceptibles a la sensibilidad de las personas; y,
  - c. Respeto de la familia y su intimidad.
  
2. Relacionados con los grupos de atención prioritaria:
  - a. Evitar incitar en los niños, niñas y jóvenes a que realicen actividades que pongan en riesgo su salud;
  - b. Evitar el uso de imágenes y contenido que pueda afectar la integridad de personas discapacitadas;
  - c. Evitar las escenas que representen una burla para personas vulnerables como son los discapacitados;
  - d. Abstenerse al uso de contenidos que sean perjudiciales que inciten el odio en personas vulnerables;
  - e. Proteger la identidad de menores de edad de acuerdo con lo que establece el Código de la Niñez y Adolescencia,
  
3. Concernientes al ejercicio profesional:
  - a. Respetar los presupuestos constitucionales de verificación, oportunidad, contextualización y contrastación en la difusión de información de relevancia pública o interés general;
  - b. Abstenerse de omitir y tergiversar intencionalmente elementos de la información u opiniones difundidas;
  - c. Abstenerse de obtener información o imágenes con métodos ilícitos;
  - d. Evitar un tratamiento morboso a la información sobre crímenes, accidentes, catástrofes u otros eventos similares;
  - e. Defender y ejercer el derecho a la cláusula de conciencia;
  - f. Impedir la censura en cualquiera de sus formas, independientemente de quien pretenda realizarla;
  - g. No aceptar presiones externas en el cumplimiento de la labor periodística;

4. Relacionados con las prácticas de los medios de comunicación social:
  - a. Respeto a la crítica y libertad de expresión de las personas;
  - b. Realizar la rectificación de información y opiniones expresadas en un espacio de información;
  - c. Respeto a los derechos que tienen sobre la presunción de inocencia
  - d. Evitar difundir material informativo que sea grave y ofensivo a nivel cultural;
  - e. Mantener titulares coherentes y que no estén tergiversados para el contenido de información;
  - f. Detectar de forma pronta el contenido de noticias falsas;
  - g. Evitar la difusión de noticias avalatorias sobre temas relacionados con el medio ambiente; (Ministerio de Telecomunicaciones, 2017)

## CAPÍTULO III

### MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. Tipo y nivel de investigación

El marco metodológico se realizó bajo la modalidad de estudio no experimental y descriptivo en el que se buscó a través de un levantamiento de información, conocer los factores que afectan a la emisora de Radio Estrella, con relación al rating y nivel de audiencia. Para esto se determinó un enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo) donde se emplearon técnicas basadas en las encuestas y entrevistas.

Los tipos de investigación que se llevaron a cabo a través de la presente investigación, fueron los siguientes:

- Exploratoria: Esto consistió en la profundización del estudio realizado en la emisora de Radio Estrella, para conocer aspectos operativos, técnicos, comerciales y administrativos que puedan estar afectando los niveles de audiencia, correspondiente a la parrilla de programación que mantiene actualmente.
- Descriptiva: La finalidad con la que se empleó este tipo de investigación fue para describir y determinar cuál de los programas que forman parte del contenido que ofrece la Radio Estrella tiene problemas de rating, así como los deseos y necesidades de personas que hacen uso de la radio, con el fin de hacer una correlación de los resultados y con ello establecer una propuesta idónea que funcione a nivel comercial y radial.
- Bibliográfico: Se procedió a revisar diferentes fuentes bibliográficas con el fin de ampliar el contenido teórico referente a la programación radiofónica, parrilla de programación, entre otros temas que son importantes en el manejo de una emisora de radio.
- De campo: Porque se recurrió a una visita en la emisora Radio La Estrella, con el fin de hacer un estudio sobre la problemática actual a través del levantamiento de información, donde se utilizaron instrumentos con enfoque cuantitativo y cualitativo para el análisis de los resultados.

### **3.2. Enfoque de la investigación**

El enfoque del proyecto fue de tipo mixto, por la naturaleza del estudio fue necesario emplear un estudio cuantitativo para realizar una medición sobre aspectos correspondientes a la percepción de los usuarios de radio referente al contenido de parrilla de programación, gustos, necesidades, horario de uso, entre otros. Así como también el análisis los resultados que fueron presentados en tablas con sus niveles de frecuencia y porcentaje, lo que aportó en la interpretación de cada dato y con ello llegar a una idea general sobre los aspectos a considerar para la propuesta.

También fue de tipo cualitativo porque se recurrió a un análisis de entrevista que fue dirigida al gerente de la emisora Radio Estrella, de esta manera se pudo realizar una evaluación sobre la problemática, percepción del entrevistado y la contextualización del impacto que puede tener la propuesta de una parrilla de programación que se acople a las exigencias de la audiencia.

### **3.3. Diseño de la investigación**

Para la presente investigación se realizó un plan de acción enfocado en el levantamiento de información, haciendo uso de instrumentos con el fin de resaltar datos expuestos en la problemática y corroborar la importancia que tiene la propuesta como un medio de solución. Además de argumentar mediante un enfoque mixto el alcance del estudio y la necesidad de reconocer los aspectos internos que están incidiendo en la situación actual de la emisora Radio Estrella.

### **3.4. Métodos y técnicas de investigación**

Para el desarrollo del proyecto se hizo uso de los métodos lógicos y empíricos que fueron los siguientes:

- Método inductivo – deductivo: Se aplicó este método porque se realizó un análisis correspondiente a los resultados que se obtuvieron mediante la aplicación de los instrumentos de investigación, conociendo las respuestas de las personas involucradas para llegar a una conclusión sobre los factores que inciden en la situación actual de la emisora Radio Estrella.

- Observación: Se realizó esta técnica con el fin de identificar las causas del problema en la emisora Radio Estrella, mediante una visita que se realizó previamente con el fin de corroborar datos preliminares y con ello describir las principales características que formaron parte de los hallazgos que se dieron durante el estudio realizado en el lugar.
- Encuesta: Se realizó la encuesta a habitantes de la ciudad de Guayaquil que utilicen la radio, esto se estructuró de un total de 14 preguntas que permitieron obtener información que reflejaron una realidad sobre las necesidades, gustos, cambios y perspectivas ante el contenido radial.
- Entrevista: Para el levantamiento de información se procedió a realizar una entrevista al gerente de la emisora Radio Estrella, que fue de manera directa, a través de una conversación formal que permitió tener de parte del él, su criterio y percepción sobre la situación actual de la empresa, las medidas que se ha adoptado, los cambios y su visión con relación a los avances tecnológicos que han generado un aumento de la competencia.

### 3.5. Población y muestra

La población que se determinó para el levantamiento de información estuvo conformada por el total de habitantes de la parroquia Ximena, cantón Guayaquil, provincia del Guayas, que de acuerdo a información del INEC el total es de 546.254 habitantes. Por ser un universo representativo, las posibilidades para el levantamiento de información son complejas, por lo que se aplicó una fórmula de muestreo finito que se detalla a continuación:

$$Z^2(p)(q)(N) \\ e^2(N-1)+Z^2(p)(q)$$

De donde:

**n** = Tamaño de la Muestra

**N** = Tamaño de la Población

**p** = Probabilidad de éxito

**q** = Probabilidad de fracaso

**Z** = Nivel de Confianza (Se considera un 95% de éxito como recomendación)

**e** = Margen de Error (Es el resultado del 100% - % de nivel de confianza, considerando un 5% de margen de error)

$$N= 546.254$$

$$p=85\% = 0,85$$

$$q=15\% = 0,15 \quad 874,0048$$

$$Z=95\% =1,96$$

$$e=4\% = 0,04$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,85 * 0,15 * 546.254}{(0,04)^2 (546.254 - 1) + (1,96)^2 * 0,85 * 0,15}$$

$$n = \frac{3,84 * 0,85 * 0,15 * 546.254}{0,0016 * 546.253 + 3,84 * 0,85 * 0,15}$$

$$n = \frac{267.445,95}{874,4944}$$

$$n = 305,82 \text{ R// } 306 \text{ personas}$$

El total que se obtuvo mediante el cálculo del muestreo no probabilístico fue de 306 personas en la parroquia Ximena, de la ciudad de Guayaquil.

**Tabla 5. Muestra para la investigación**

<b>Descripción</b>	<b>Técnica</b>	<b>Muestra</b>
Habitantes parroquia Ximena	Encuesta	306
Director de la emisora	Entrevista	1
	<b>Total</b>	307

**Fuente:** Proceso de investigación.

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

Una vez determinada la muestra se desarrollaron procedimientos que estuvieron encaminadas a la recolección de datos para el análisis cuantitativo y cualitativo de los resultados de la investigación, de manera que se logre generar un conocimiento que permita la validación de la propuesta de una parrilla de programación para la Emisora de Radio Estrella de la ciudad de Guayaquil.

### 3.6. Análisis de los resultados de la encuesta

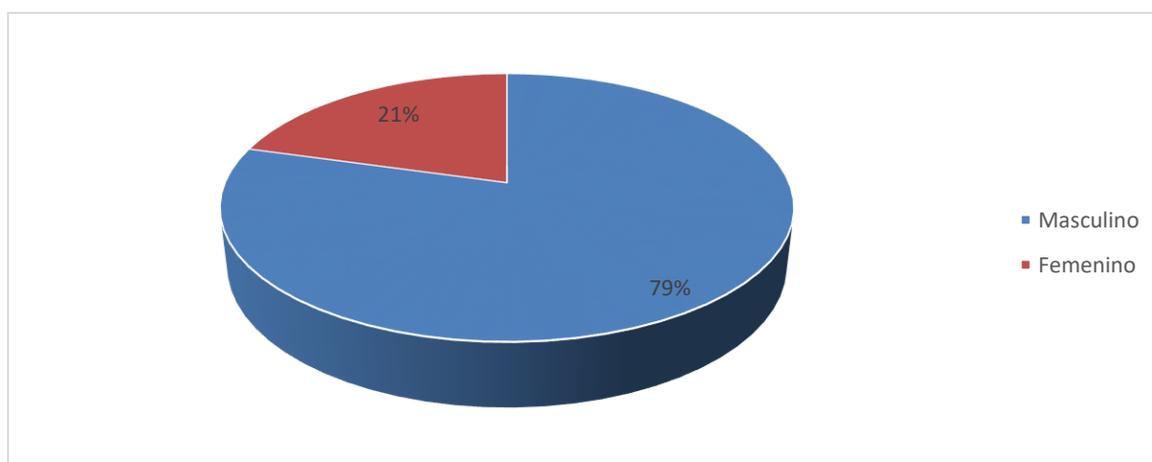
#### Género

**Tabla 6. Género**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	243	79
Femenino	63	21
Otro	0	0
	<b>306</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)



**Gráfico 1. Género. Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

Según la encuesta del 100% de encuestados el 79% de personas que fueron consultadas eran del género masculino, y el 21% femenino. Esto demuestra que los hombres son quienes consumen en mayor nivel la programación que se ofrece en las emisoras de radio en la ciudad de Guayaquil.

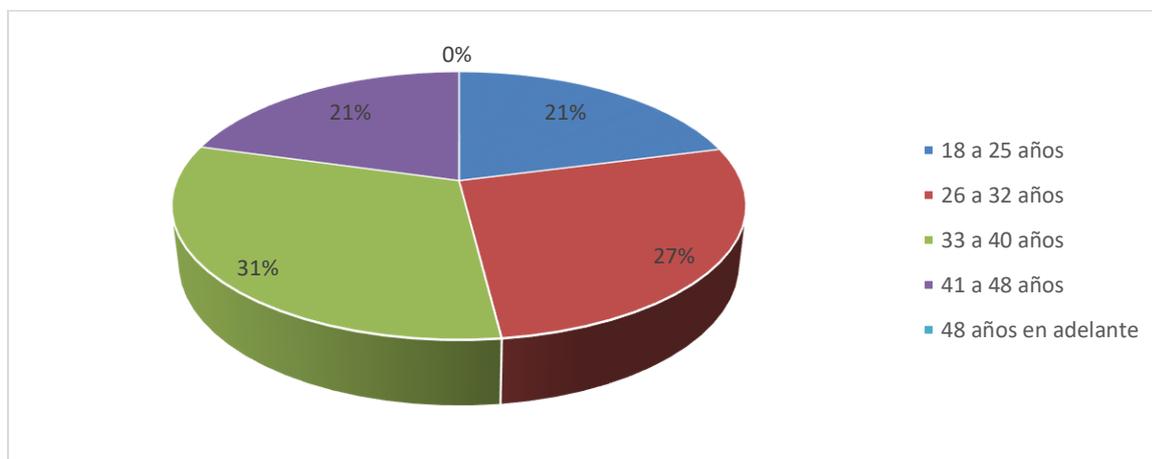
## Edad

**Tabla 7. Edad**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25 años	64	21%
26 a 32 años	83	27%
33 a 40 años	96	31%
41 a 48 años	63	21%
48 años en adelante	0	0%
	<b>306</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)



**Gráfico 2. Edad. Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

Según la encuesta, del 100% de encuestados el 21% corresponden al rango de edad de 18 a 25 años, el 27% de 26 a 32 años, el 31% de 33 a 40 años y el 21% de 41 a 48 años. Son diferentes edades que comprenden la audiencia de radio, esto debido al contenido que ofrecen que es variado, acoplándose a las necesidades del público en cuanto a música, noticias, entretenimiento, entre otros.

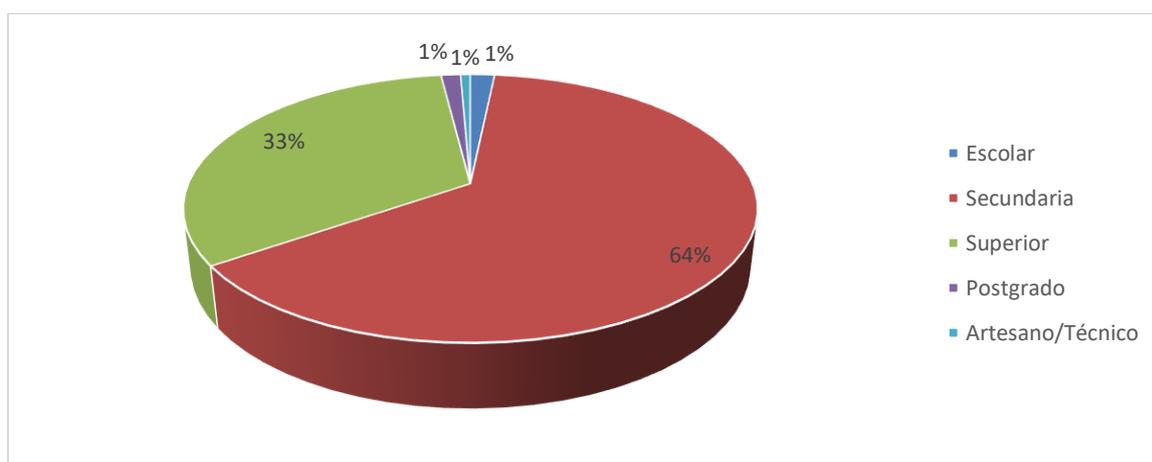
## Formación académica

**Tabla 8. Formación académica**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Escolar	5	1%
Secundaria	195	64%
Superior	100	33%
Postgrado	4	1%
Artesano/Técnico	2	1%
<b>Total</b>	<b>306</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)



**Gráfico 3. Formación académica. Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

Según la encuesta del 100% de encuestados el 64% tienen una formación de bachillerato o secundaria, mientras que el 1% escolar, el 33% educación superior o profesional, el 1% postgrado y el 1% artesano/técnico.

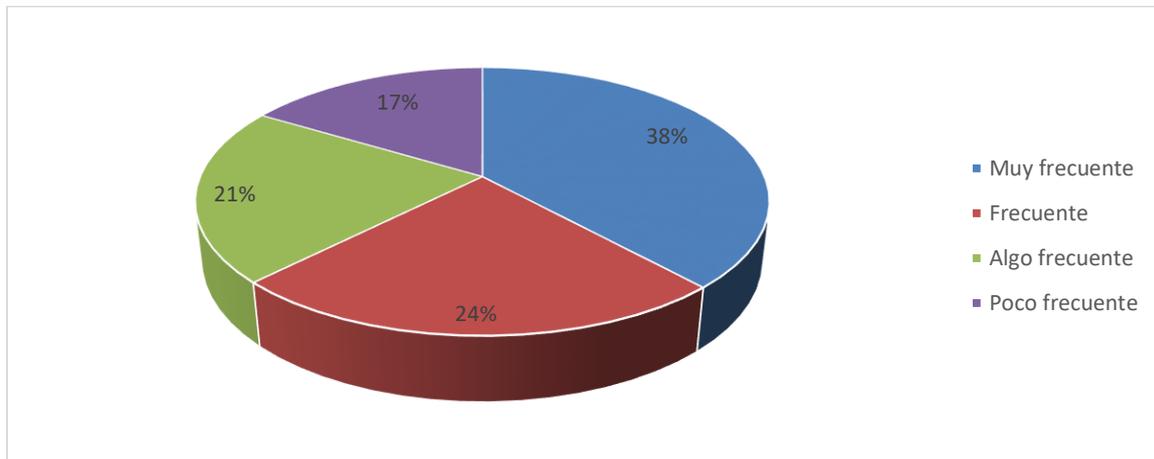
## 1.- ¿Con qué frecuencia escucha la radio?

**Tabla 9. Frecuencia de sintonizar la radio**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Muy frecuente	117	38%
Frecuente	74	24%
Algo frecuente	65	21%
Poco frecuente	50	17%
	<b>306</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)



**Gráfico 4. Frecuencia de sintonizar la radio. Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

Según la encuesta del 100% de encuestados el 38% sintoniza de forma muy frecuente la radio, mientras que el 24% frecuente, el 21% algo frecuente y el 17% poco frecuente. Se puede evidenciar que si existe una alta demanda de este medio de comunicación que es una fuente de acceso a información y contenido de entretenimiento que permite a la audiencia satisfacer las necesidades relacionadas con la música, noticias, deportes, política, farándula, entre otros.

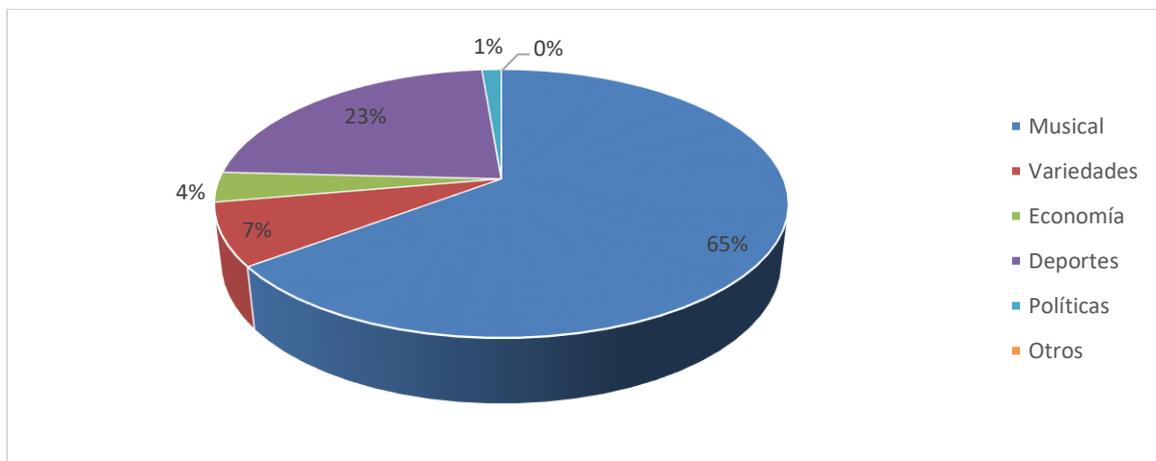
## 2.- ¿Qué tipo de contenido le gusta escuchar en la radio?

**Tabla 10. Género**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Musical	198	65%
Variedades	23	7%
Economía	11	4%
Deportes	70	23%
Políticas	4	1%
Otros	0	0%
	<b>306</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)



**Gráfico 5. Género. Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

Según la encuesta se puede apreciar que en lo que respecta al contenido que el público prefiere en la radio: el 65% indicó que musical, destacando géneros como salsa, reggaetón, boletos, vallenato, entre otros. El 23% por los deportes, el 7% variedades entre ellos farándula, el 4% economía y el 1% política, estos dos últimos son un indicador que demuestra desinterés y poca demanda.

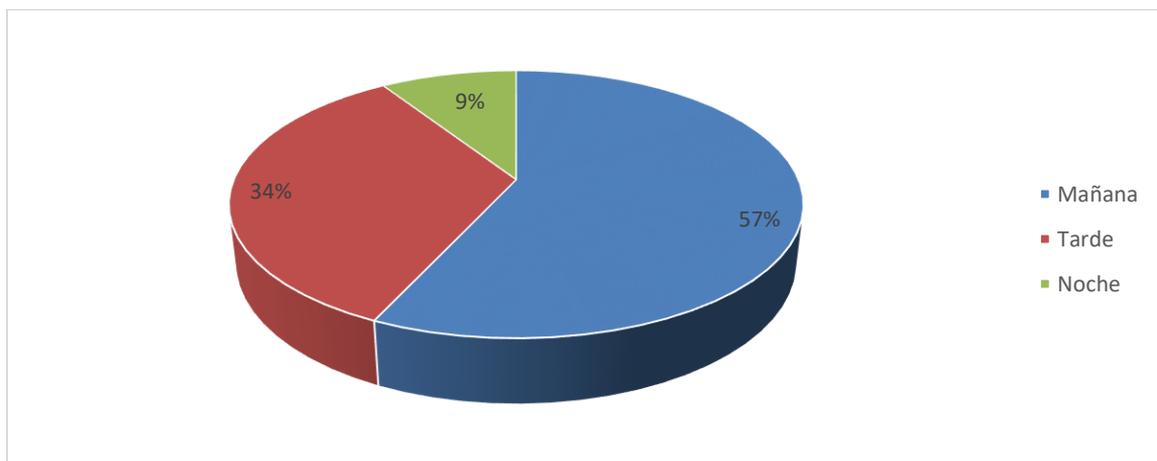
### 3.- ¿En qué momento del día escucha la radio?

**Tabla 11. Momento en que escucha la radio**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	174	57%
Tarde	104	34%
Noche	28	9%
	<b>306</b>	100%

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)



**Gráfico 6. Momento en que escucha la radio. Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

Según la encuesta del 100% de encuestados el 57% sintoniza la radio durante la mañana para escuchar música mientras se dirige a algún lugar, o para informarse, mientras que el 34% en la tarde y el 9% en la noche. A nivel matutino hay una mayor demanda en el acceso al contenido de programación radial considerando que parte de los encuestados son personas que trabajan o estudian.

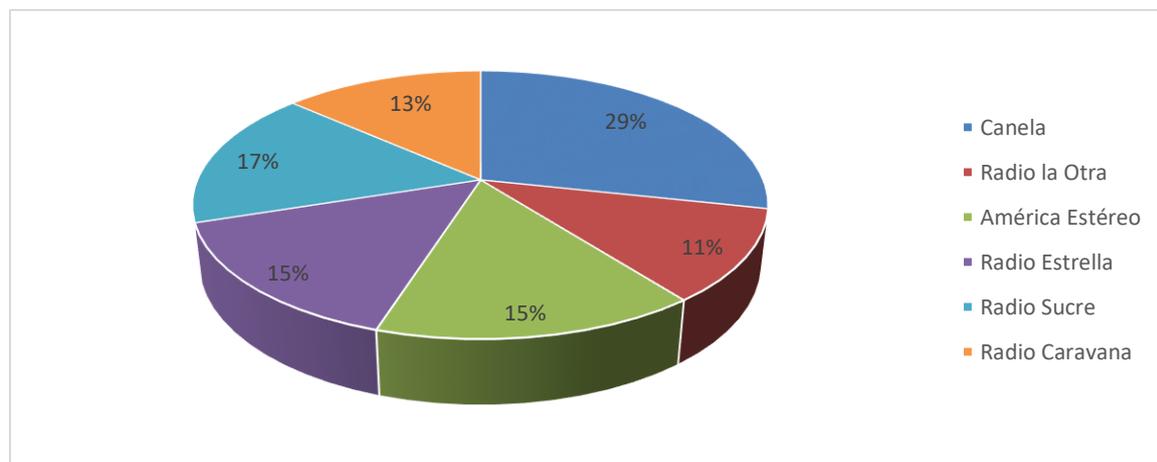
#### 4.- ¿Cuál es la emisora de radio que usted escucha con frecuencia?

**Tabla 12. Emisora de radio**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Canela	87	29%
Radio la Otra	34	11%
América Estéreo	47	15%
Radio Estrella	46	15%
Radio Sucre	51	17%
Radio Caravana	41	13%
	<b>306</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)



**Gráfico 7. Emisora de radio. Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

Según la encuesta del 100% de encuestados el 29% indicó que prefiere la emisora de radio Canela, mientras que el 11% radio La Otra, el 15% América Estéreo, el 15% Radio Estrella, el 17% Radio Sucre y el 13% Radio Caravana. Son diferentes los gustos con relación al contenido que ofrecen, y su respectivo horario conforme al que sintoniza la audiencia.

A pesar de existir otras emisoras es notable identificar las preferencias de las personas y posicionar a las principales que destacan por la oferta en música, variedades y noticias, lo que respalda su demanda en el mercado.

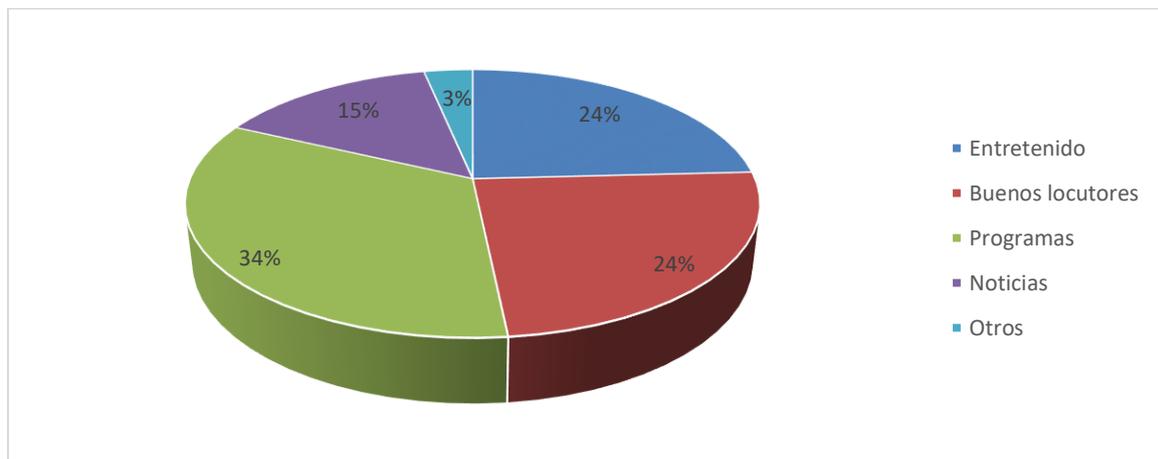
## 5.- ¿Por qué motivos le gusta escuchar esa emisora de radio?

**Tabla 13. Motivos**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Entretenido	74	24%
Buenos locutores	74	24%
Programas	103	34%
Noticias	45	15%
Otros	10	3%
	<b>306</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)



**Gráfico 8. Motivos. Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

Según la encuesta del 100% de encuestados el 24% considera que el motivo principal que los lleva a sintonizar la emisora de radio se debe a que es entretenido, mientras que otro 24% concuerda por el trabajo de los locutores, el 34% por los programas que ofrecen durante el día, el 15% por la calidad de las noticias y el 3% otros aspectos como por ejemplo publicidad, menciones, por ser una emisora recomendada, entre otros.

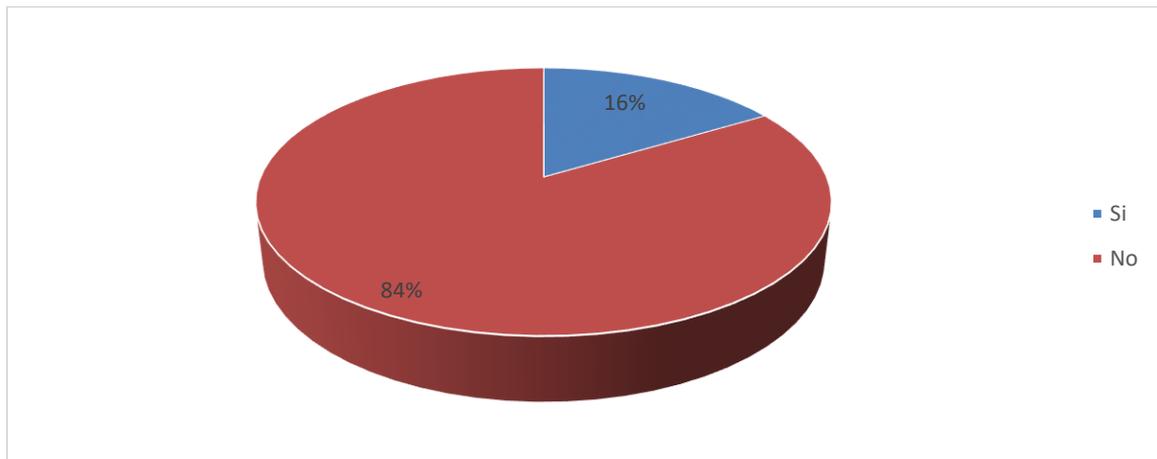
## 6.- ¿Utiliza las nuevas aplicaciones para radio (app, páginas web, entre otros)?

**Tabla 14. Uso de aplicaciones para radio**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	16%
No	256	84%
	<b>306</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)



**Gráfico 9. Uso de aplicaciones para radio. Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

Según la encuesta del 100% de encuestados el 16% indicó que si han hecho uso de nuevas aplicaciones de radio para acceder el contenido como son páginas web, app o mediante las redes sociales para sintonizar un programa durante el día. Mientras que el 84% indicó que no, siendo sólo el medio tradicional el que hacen uso.

Es evidente que existen diferentes factores que pueden incidir a la falta de acceso de nuevas tecnologías que están asociadas a desconocimiento, falta de tiempo, no es tan necesario entre otros.

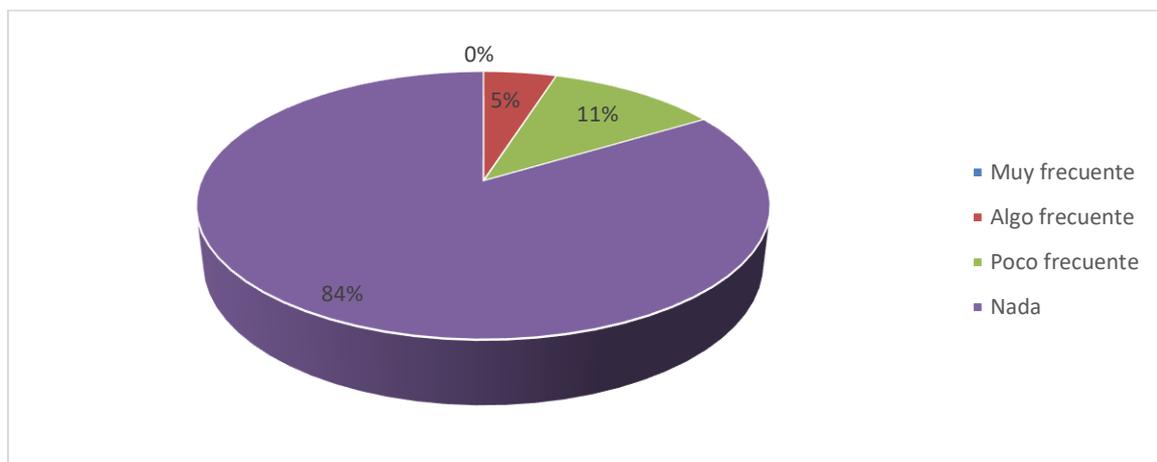
**7.- ¿Qué tan frecuente ve usted las transmisiones en vivo de los programas de radio por las redes sociales?**

**Tabla 15. Transmisiones en vivo**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Muy frecuente	0	0%
Algo frecuente	15	5%
Poco frecuente	35	11%
Nada	256	84%
	<b>306</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)



**Gráfico 10. Transmisiones en vivo. Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

Según la encuesta del 100% de encuestados el nivel de frecuencia en el acceso de transmisiones en vivo vía redes sociales a través de páginas web o redes sociales es nada frecuente en un 84%, mientras que un 11% indicó poco frecuente y un 5% algo frecuente, lo que demuestra que aún no es un fuerte el uso de estos medios web para la transmisión de contenido radial.

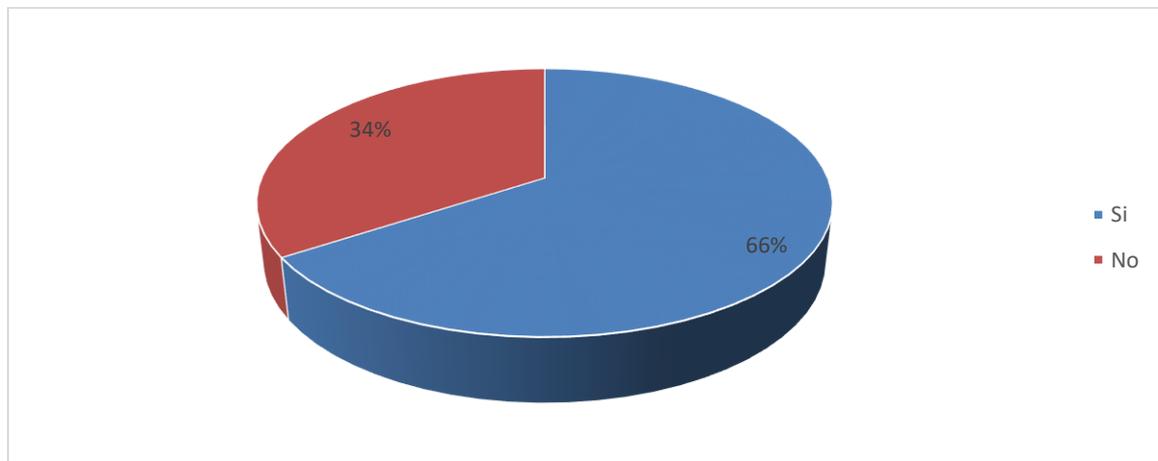
**8.- ¿Ha escuchado la emisora de radio ESTRELLA 92.1 FM? De contestar no saltar a la pregunta 10**

**Tabla 16. Radio Estrella 92.1 FM**

<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	201	66%
No	105	34%
	<b>306</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)



**Gráfico 11. Radio Estrella 92.1 FM. Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

Según la encuesta del 100% de encuestados el 66% indicó que sí han escuchado la emisora de radio Estrella durante el día, mientras que el 34% recaló que no. Los resultados demuestran que esta emisora tiene su audiencia que puede ser muy frecuente en el acceso al contenido que ofrecen o algo frecuente.

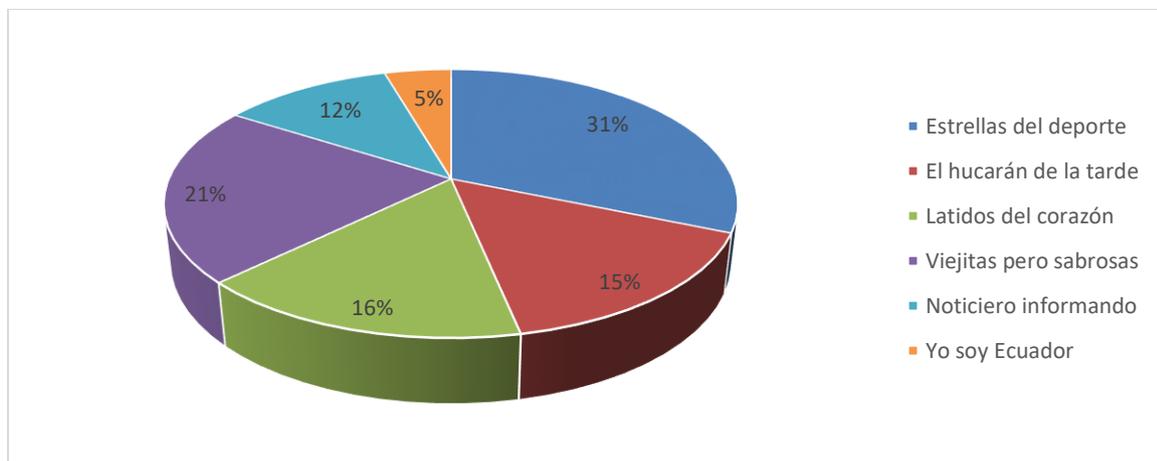
**9.- De los siguientes programas que emite radio Estrella ¿Cuál le gusta?**

**Tabla 17. Programas**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Estrellas del deporte	63	31%
El huracán de la tarde	31	15%
Latidos del corazón	32	16%
Viejitas pero sabrosas	43	21%
Noticiero informando	23	12%
Yo soy Ecuador	9	5%
	<b>201</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)



**Gráfico 12. Programas. Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

Según la encuesta del 100% de encuestados el programa con mayor sintonía es Estrellas del deporte con una percepción del 31%, seguido de un 21% por Viejitas pero sabrosas, el 16% Latidos del corazón, el 15% el Huracán de la tarde, el 12% Noticiero informando y el 5% Yo soy Ecuador.

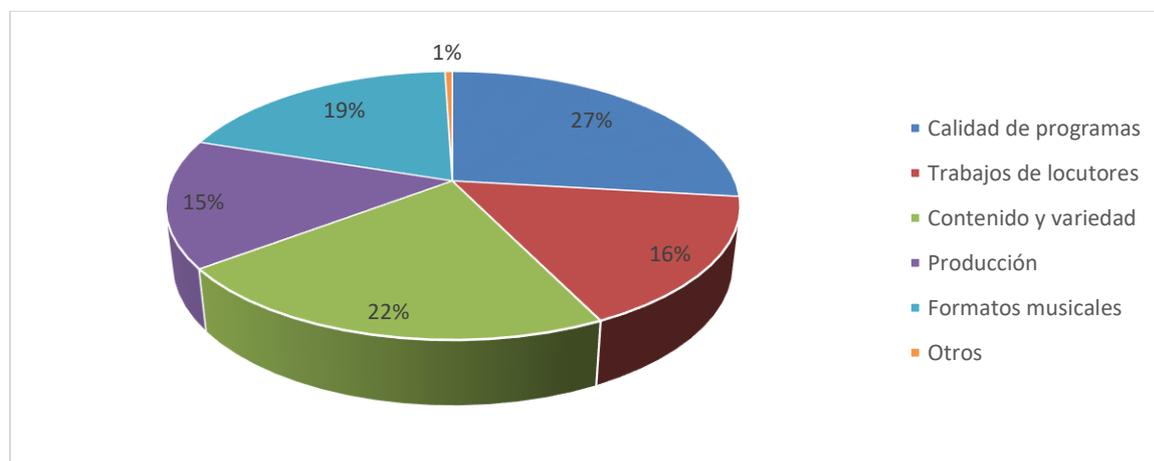
## 10.- ¿Por qué le gusta la emisora de radio Estrella?

**Tabla 18. Gusta la emisora de radio Estrella**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Calidad de programas	54	27%
Trabajos de locutores	32	16%
Contenido y variedad	44	22%
Producción	31	15%
Formatos musicales	39	19%
Otros	1	1%
	<b>201</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)



**Gráfico 13. Gusta la emisora de radio Estrella. Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

Según la encuesta del 100% de encuestados el 27% de los encuestados indicaron que les gusta la emisora por la calidad de los programas, el 16% por el trabajo realizado por los locutores, el 22% por el contenido y variedad de información, el 15% por la producción, el 19% por los formatos musicales y el 1% por otros motivos.

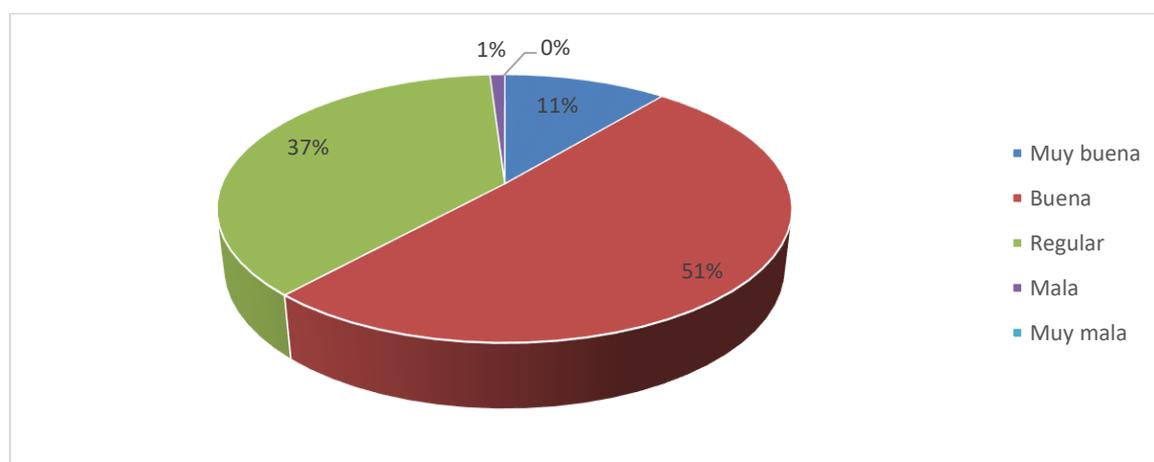
## 11.- ¿Cómo califica usted la emisora de radio Estrella?

**Tabla 19. Calificación de emisora**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Muy buena	22	11%
Buena	102	51%
Regular	75	37%
Mala	2	1%
Muy mala	0	0%
	<b>201</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)



**Gráfico 14. Calificación de emisora. Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

Según la encuesta del 100% de encuestados el 51% de los encuestados indicaron que la emisora de Radio por su contenido y programación es buena, mientras que el 11% muy buena, no obstante, un 37% recalcó que es regular ya que hay programas que no se acoplan a sus necesidades, mientras que el 1% indicaron que es mala. Existen diferentes posturas ante la emisora de radio que demuestran que deben tomarse en cuenta para mejorar la parrilla de programación.

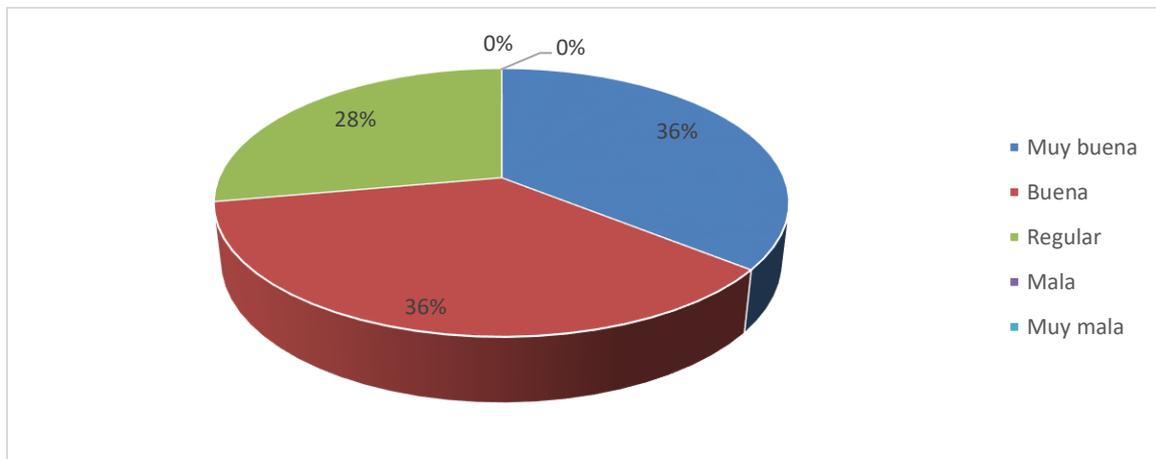
**12.- ¿Cómo califica usted el trabajo realizado por los locutores de la emisora de radio Estrella?**

**Tabla 20. Trabajo de locutores**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Muy buena	72	36%
Buena	73	36%
Regular	56	28%
Mala	0	0%
Muy mala	0	0%
	<b>201</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)



**Gráfico 15. Trabajo de locutores. Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

Según la encuesta del 100% de encuestados el 36% indicó que el trabajo realizado por los locutores de la Radio Estrella es muy bueno por su desempeño, dinámica y profesionalismo, mientras que otro 36% indicaron que bueno y un 28% regular, lo que demuestra que a nivel de recurso humano no existen problemas que puedan generar un decrecimiento de la audiencia.

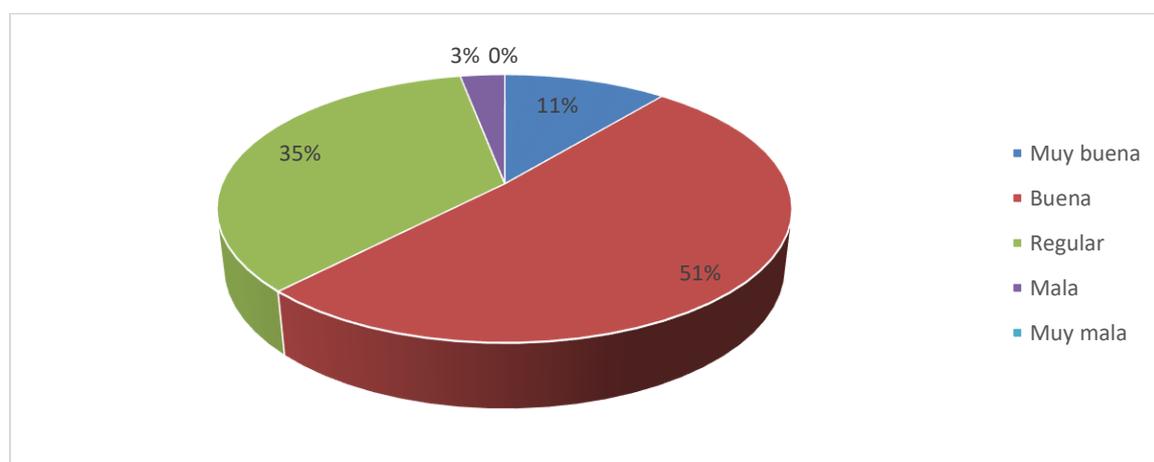
### 13.- ¿Cómo califica usted la calidad de producción de la emisora de radio Estrella?

**Tabla 21. Calidad de producción**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Muy buena	22	11%
Buena	103	51%
Regular	70	35%
Mala	6	3%
Muy mala	0	0%
	<b>201</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)



**Gráfico 16. Calidad de producción. Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

Según la encuesta del 100% de encuestados el 51% indicó que la programación en la emisora Radio Estrella es buena, mientras que el 35% indicó que es regular, el 3% mala. Esto demuestra que existen diferentes comentarios con relación a la calidad del contenido, horarios y manejo de la parrilla de programación que en algunos casos no se acopla a los intereses de la audiencia lo que hace que no sea totalmente de su preferencia como lo son otras emisoras que están al aire.

### **3.7. Análisis de los resultados de la entrevista realizada al Director de la emisora de Radio Estrella 92.1 FM, Jorge Montenegro Orbe.**

#### **1.- ¿Cuál es la principal audiencia para la radio Estrella?**

**R:** La principal audiencia de la radio son jóvenes y adultos donde se ofrece diferentes programas que se acoplen a su gusto conforme a las tendencias en relación al tipo de música, información y entretenimiento.

#### **Análisis**

De acuerdo con el Director, la emisora de radio se proyecta a proporcionar un contenido variado que permita a jóvenes y adultos a acceder a ella con el fin de solventar sus necesidades relacionadas al consumo de contenido musical, noticiero y entretenimiento que se maneja bajo una programación que se estructura en un horario específico.

#### **2.- ¿Durante los últimos cinco años que cambios ha realizado la emisora para captar nuevo público?**

**R:** Cambios a nivel de contenido por ejemplo la variedad de música, manteniendo aquella de otras décadas ya que es una de las principales que la audiencia requiere. Asimismo, la forma de manejar la publicidad, los anuncios y el rol de cada locutor conforme a su programa para generar interés en la audiencia.

#### **Análisis**

De acuerdo con el entrevistado en los últimos años se han realizado cambios específicos con relación al contenido musical que ofrece la emisora con el fin de captar mayor audiencia, siempre y cuando manteniendo su esencia. También, se han empleado reestructuraciones en la difusión de anuncios y comerciales conforme a sus socios o terceras personas que contratan su servicio.

### **3.- ¿De todos los programas de radio que emiten a diario cuál es el de mayor audiencia?**

**R:** Bueno, tenemos buena percepción en diferentes programas como son Estrellas del Deporte, Viejas pero sabrosas, por ejemplo, el contenido depende del tipo de audiencia y los resultados han sido favorables con relación a la calidad que mantenemos en cuanto a cumplir también con las expectativas del público.

#### **Análisis**

De acuerdo a la entrevista, el Director no indicó específicamente el programa que lidera la parrilla de programación que mantiene el medio actualmente, donde hizo mención a dos de ellas una de contenido de noticias del deporte y otra de música.

### **4.- ¿Qué estrategias han empleado para atraer anunciantes?**

**R:** Se han dado promociones y ofertas para el anuncio en programas principales, o durante un horario determinado que requiera el anunciante para que así se capte el interés de posibles clientes.

#### **Análisis**

El Director indicó que la forma de atraer anunciantes es mediante alguna promoción u oferta específica que es realizada por el personal competente, que está a cargo de proveer información; para que así se logre generar interés en el cliente y pueda presentar anuncios en el programa u horario de su conveniencia.

### **5.- ¿Cuáles son los procedimientos que realiza el personal de trabajo para preparar la parrilla de programación que emiten a diario?**

**R:** Día a día se desenvuelven de acuerdo al contenido que se busca preparar, que es importante recibir su aprobación mediante reuniones con el personal competente y manteniendo ética para evitar algún tipo de sanción o emitir comentarios que puedan afectar el interés público.

## **Análisis**

De acuerdo con la entrevista se puede evidenciar que el Director recalcó que el trabajo para la elaboración de la parrilla de programación se realiza de acuerdo a las decisiones que se tomen durante reuniones o intereses que se muestren factibles en cuanto al nivel de audiencia. Asimismo, es una actividad que es ejecutada por personal competente que debe evitar realizar algún tipo de comentario que tenga efectos negativos provocando algún tipo de sanción para la emisora.

### **6.- ¿Qué tipo de estudios realizan para conocer las necesidades de los oyentes con relación al contenido y temas que se emiten en la radio?**

**R:** Bueno se basa mucho en los puntos de audiencia que tiene cada programa, en caso de que estos no sean buenos se realiza una reestructuración o cambio en su totalidad, todo lo que aporte a mejorar.

## **Análisis**

La entrevista refleja que el Director considera los puntos de audiencia para tomar decisiones con relación a la reestructuración de ideas y el contenido que ofrece la emisora, garantizando de esta manera que se generen buenos resultados que aporten a que los niveles de audiencia no tengan un decrecimiento.

### **7.- ¿De qué manera realizan la programación de la producción de radio?**

**R:** Esto es a través del trabajo realizado por todo el personal.

## **Análisis**

El Director no indicó específicamente la forma en que se realiza la programación del contenido que emiten a diario, limitando su comentario a que es una actividad desarrollada por todo el personal.

**8.- ¿Ha considerado realizar una renovación de la parrilla de programación? ¿Por qué?**

**R:** Se ha puesto en la mesa esta idea, pero no se ha concretado, porque se están realizando primero sondeos para no cometer un error en el cambio de horarios u otro tipo de actividad.

**Análisis**

De acuerdo con la entrevista, el Director indicó que, si está la idea de realizar una renovación de la parrilla de programación con el fin de captar nueva audiencia, pero que no se ha concretado por diferentes factores.

**9.- La propuesta de investigación es del diseño de una parrilla de programación ¿Consideraría aplicarla si se acopla a las necesidades de la emisora?**

**R:** Si, siempre que genere resultados positivos.

**Análisis**

De acuerdo con la entrevista, el Director indicó que al respecto de la propuesta, la consideraría siempre y cuando cumpla con los intereses que tiene la emisora y no provoque una baja de audiencia.

**10.- ¿Cuál es su visión de la emisora de Radio Estrella para los próximos años considerando que ha aumentado la oferta de medios digitales de entretenimiento e información?**

**R:** Es un mercado complicado con relación a las nuevas tendencias tecnológicas, pero estas no están a disposición de todos los ecuatorianos por lo que no visualizo un panorama negativo, confiando en que a través del trabajo arduo se tengan siempre excelentes resultados que cumplan con los intereses de la emisora.

## **Análisis**

De acuerdo con el propietario de la emisora, su visión está encaminada a un escenario positivo para la radio ecuatoriana, donde se mantendrá una alta percepción de audiencia debido a que este forma parte de un sistema de comunicación masivo que es parte de la tradición en el país. Aunque enfrentarán retos con las nuevas plataformas, con su adaptación y uso pueden generar un incremento de la audiencia y a su vez la aplicación de nuevos formatos de programación.

### **3.8. Análisis de la parrilla de programación y estructura de radio Estrella**

La programación de la emisora Estrella 92.1 FM que se presenta durante los siete días de la semana tiene un horario de 5:30 am a 23:59 pm para lunes a viernes, mientras que los sábados y domingos empieza a partir de las 6:00 am a 21:00 pm.

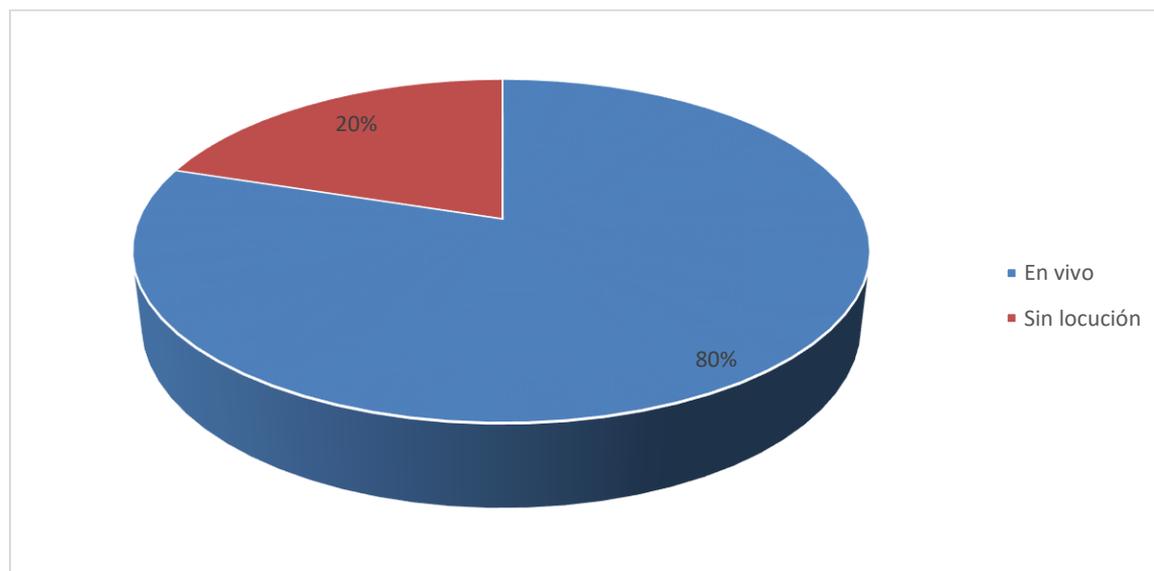
El 55,25% que tiene la programación de emisora de radio está destinada para la programación que se lleva en vivo durante el día como son las noticias, música, entretenimiento, entre otros, mientras que el 43,75% se emplea la programación de tipo automática donde no se transmite en vivo alguna locución, este se enfoca en música especialmente los fines de semana.

En este caso se realiza una reestructuración de la parrilla de programación para la emisora Radio Estrella con el fin de acoplarse a las necesidades de la audiencia y conforme a la demanda en cuanto al acceso a este medio de comunicación que será la siguiente:

**Tabla 22. Noticiero Informando**

Descripción	Horario	Minutos propuestos
En vivo	Antes de 6:00 am a 7:00 am Propuesta: 6:00 am a 8:00 am	120 minutos
Programa musical sin locución	8:00 am a 8:30 am	30 minutos
	<b>Suma</b>	150 minutos

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)



**Gráfico 17. Programación – Noticiero Informando. Fuente:** Encuesta

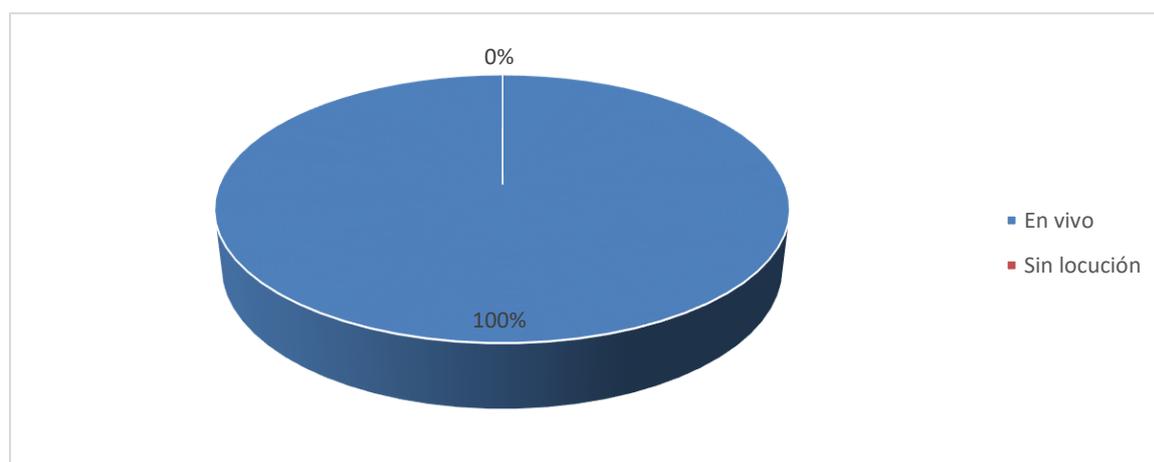
**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

En la primera transmisión que se realiza en vivo en la emisora de radio ESTRELLA, el programa noticiero informando anteriormente el horario era de 6:00 am a 7:00 pm, para este caso se propone extenderlo 60 minutos más con el fin de ampliar las noticias comunitarias incluyendo temas de variedad, política y economía. Al culminar la transmisión incluir 30 minutos de música sin locución que puede ser variado por día de manera que se pueda preparar el siguiente programa.

**Tabla 23. Estrellas del deporte**

Descripción	Horario	Minutos propuestos
En vivo	Antes de 8:00 am a 9:00 am Propuesta: 8:30 am a 9:30 am	60 minutos
Programa musical sin locución	Ninguno	0 minutos
	<b>Suma</b>	60 minutos

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)



**Gráfico 18. Programación – Estrellas del deporte**

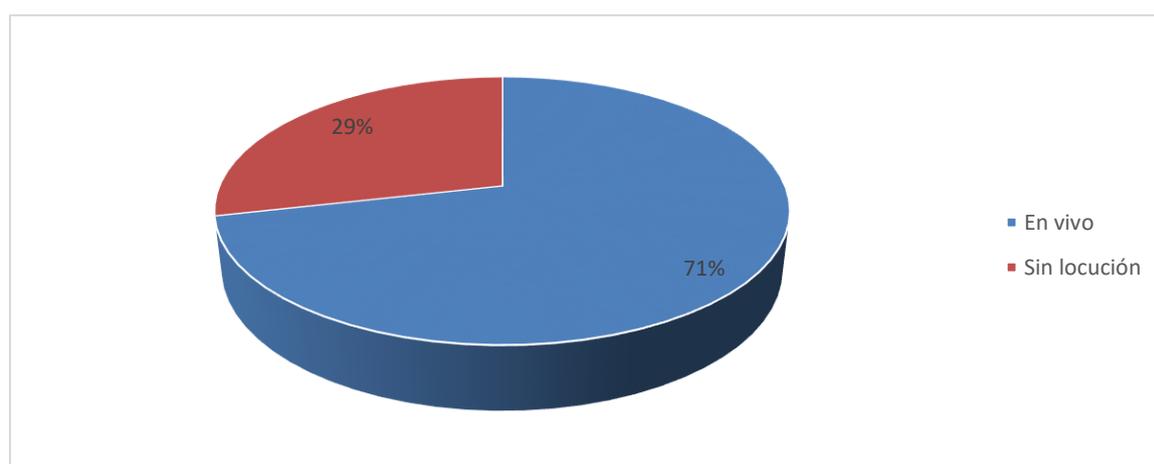
**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

El nuevo horario para el programa Estrellas del Deporte sería de 8:30 am a 9:30 am, que es en vivo que no incluye contenido sin locución donde se tratan temas relacionados con los deportes a nivel nacional e internacional.

**Tabla 24. La gozadera**

Descripción	Horario	Minutos propuestos
En vivo	Antes de 9:00 am a 13:00 pm Propuesta: 9:30 am a 12:00 pm	150 minutos
Programa musical sin locución	12:00 pm a 13:00 pm	60 minutos
	<b>Suma</b>	210 minutos

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)



**Gráfico 19. Programación – La gozadera**

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

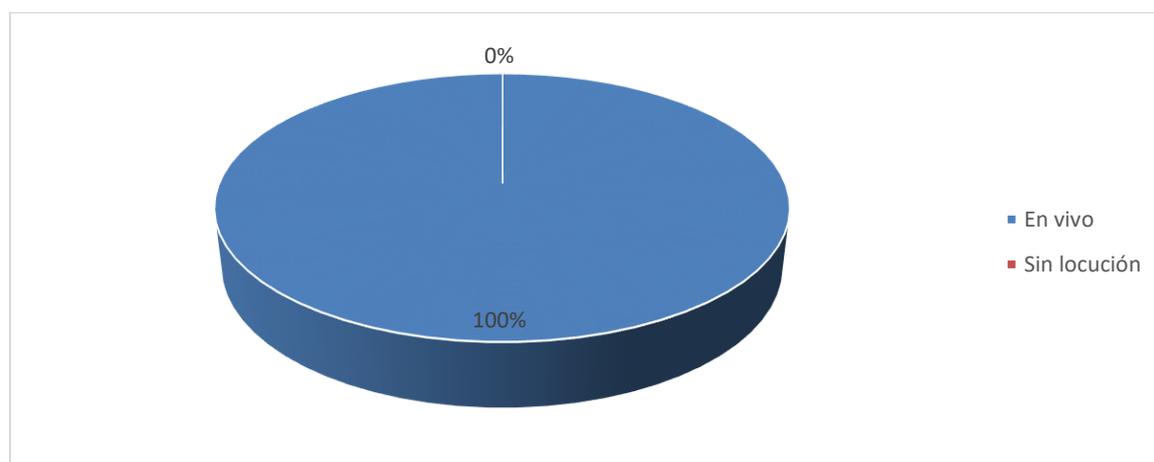
Continuando con la parrilla de programación se incluye el programa La Gozadera que es de entretenimiento y variedades que mantiene un formato en vivo y sin locución para música entre ellas tropicales.

El 71% de la transmisión que se realizará en este programa será en vivo mientras que el 29% tendrá un formato musical sin locución.

**Tabla 25. Noticiero informando**

Descripción	Horario	Minutos propuestos
En vivo	Antes de 13:00 am a 14:00 pm Propuesta: 13:00 am a 14:00 pm	60 minutos
Programa musical sin locución	Ninguno	0 minutos
	<b>Suma</b>	60 minutos

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)



**Gráfico 20. Programación – Noticiero informando**

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

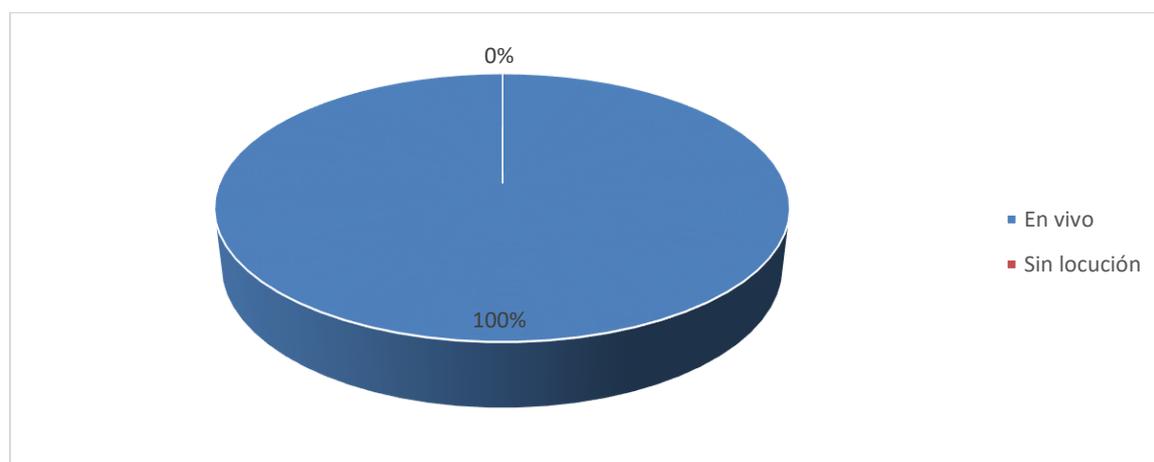
En el horario de 13:00 pm a 14:00 pm se propone incluir una transmisión en vivo del noticiero informando que es la hora donde se realizan este tipo de formatos para que así se capte audiencia que requiera del acceso a información sobre noticias en general.

El 100% de la transmisión de este programa noticiero será realizado en vivo por los locutores.

**Tabla 26. El Huracán de la Tarde**

Descripción	Horario	Minutos propuestos
En vivo	Antes de 13:30 pm a 16:00 pm Propuesta: 14:00 pm a 16:00 pm	120 minutos
Programa musical sin locución	No	0 minutos
	<b>Suma</b>	120 minutos

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)



**Gráfico 21. Programación – El Huracán de la tarde**

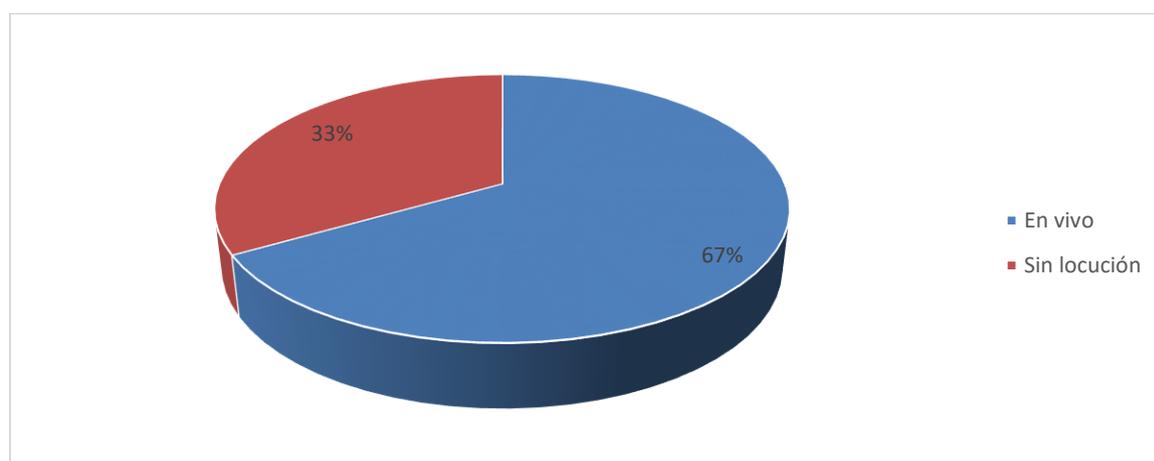
**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

En el horario de 14:00 pm a 16:00 pm se transmitirá el programa radial El Huracán de la tarde que es de contenido de entretenimiento, variedades y musical que tendrá un tiempo en vivo de 120 minutos donde se realizarán los anuncios, comerciales, emisión de contenido musical e intervención de los locutores.

**Tabla 27. Viejitas pero sabrosas**

<b>Descripción</b>	<b>Horario</b>	<b>Minutos propuestos</b>
En vivo	Antes de 16:00 pm a 18:00 pm Propuesta: 16:00 pm a 18:30 pm	120 minutos
Programa musical sin locución	18:30 pm a 19:00 pm	60 minutos
	<b>Suma</b>	180 minutos

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)



**Gráfico 22. Programación – Viejas pero sabrosas**

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

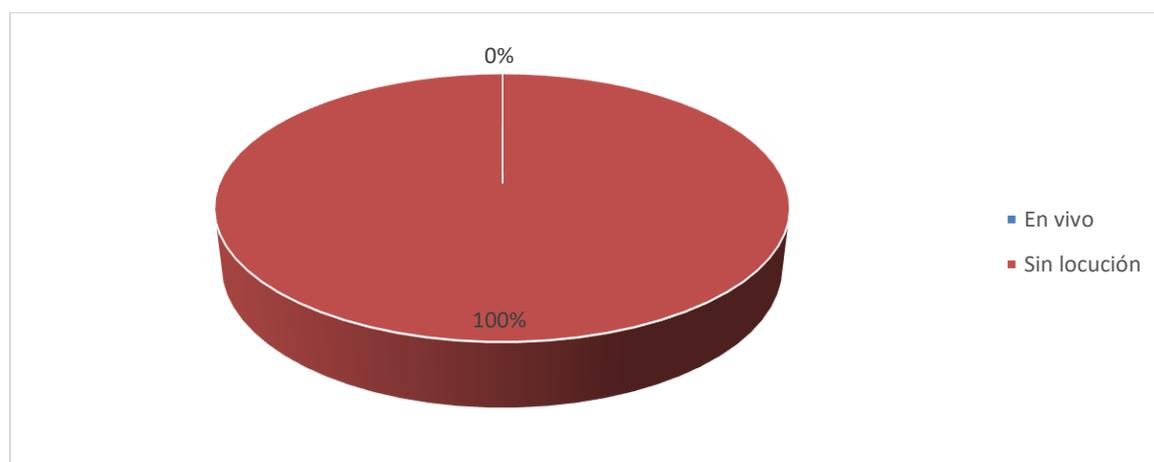
En el horario de 16:00 a 18:00 pm se realizará la transmisión del programa Viejas pero sabrosas que incluye contenido musical tropical como salsa, merengue, entre otros que tendrá en un 67% un tiempo en vivo por parte de locutores y el 33% sin locución.

Durante el horario de 18:00 pm a 19:00 pm incluir contenido musical sin locución que sea variado.

**Tabla 28. Latidos del corazón**

Descripción	Horario	Minutos propuestos
En vivo	no	0 minutos
Programa musical sin locución	Antes de 18:00 pm a 19:30 pm  Propuesta: 19:00 pm a 20:30 pm	90 minutos
	<b>Suma</b>	90 minutos

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)



**Gráfico 23. Programación – Latidos del corazón**

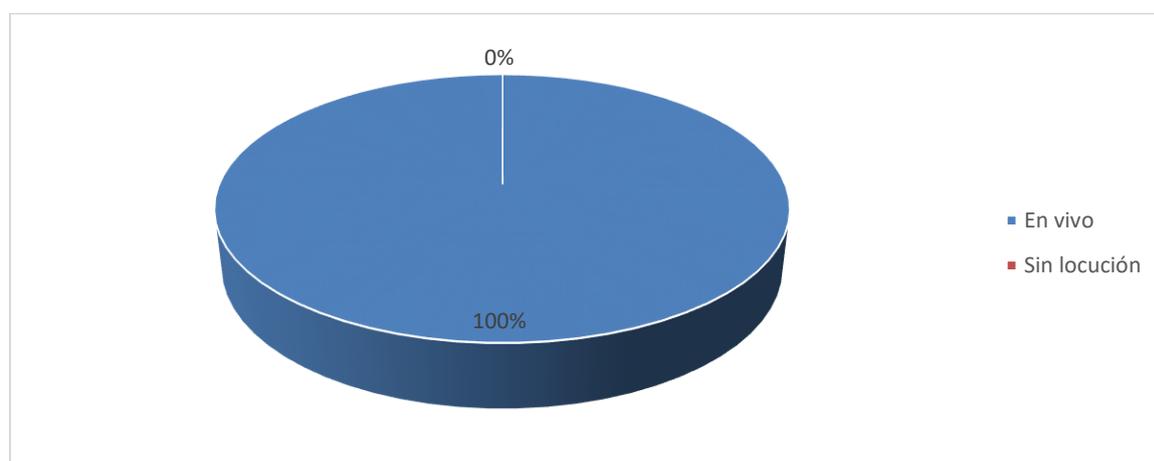
**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

En el horario de 19:00 a 20:30 pm se realizará la transmisión del programa Latidos del corazón que es de contenido musical como baladas, boleros, entre otros, que es sin locución que se transmitirá en ese horario considerando que está dentro de los parámetros y gustos de la audiencia de acuerdo a los resultados de la encuesta.

**Tabla 29. Yo soy Ecuador**

<b>Descripción</b>	<b>Horario</b>	<b>Minutos propuestos</b>
Sin locución	Antes de 19:30 pm a 21:00 pm  Propuesta: 20:30 pm a 22:00 pm	90 minutos
Programa musical sin locución	no	0 minutos
	<b>Suma</b>	90 minutos

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)



**Gráfico 24. Programación – Yo soy Ecuador**

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

En la última transmisión en vivo se propone que el programa Yo soy Ecuador sea a partir de las 20:30 pm a 22:00 pm con un tiempo total de 90 minutos donde el 100% corresponde a un formato sin locución.

**CAPÍTULO IV**  
**INFORME FINAL**

**4.1. ANÁLISIS DE LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE RADIO ESTRELLA 92.1 FM Y SU INCIDENCIA EN LA CONSTRUCCIÓN DE PRODUCCIÓN RADIAL**

De acuerdo al análisis de los resultados de la investigación se establece la estructura de la parrilla de programación para Radio Estrella y su nuevo horario de emisión:

**Tabla 30. Estructura de programa Noticiero Informando**

<b>Programa:</b> Noticiero Informando <b>Duración:</b> 120 minutos <b>RADIO ESTRELLA 92.1 FM</b>
Intro de presentación
Anuncio patrocinado
Saludo y bienvenida
Titulares
Cortinilla (Información noticiosa)
Desarrollo de noticias
Comerciales
Recordación de noticias
Sección noticias comunitarias
Política
Comerciales
Noticias variedades
Noticias internacionales
Comerciales
Despedida
Cortinilla de despedida

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

**Tabla 31. Estructura de programa Estrellas del deporte**

<b>Programa:</b> Estrellas del deporte
<b>Duración:</b> 60 minutos
<b>RADIO ESTRELLA 92.1 FM</b>
Intro de presentación
Anuncio patrocinado
Saludo y bienvenida
Titulares
Cortinilla Información deportes nacionales
Desarrollo de noticias
Comerciales
Sección noticias deportes internacionales
Comerciales
Noticias otros deportes
Despedida
Cortinilla de despedida

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

**Tabla 32. Estructura de programa La Gozadera**

<b>Programa:</b> La Gozadera
<b>Duración:</b> 210 minutos
<b>RADIO ESTRELLA 92.1 FM</b>
Intro de presentación
Anuncio patrocinado
Saludo y bienvenida
Cortinilla primera etapa del programa
Desarrollo de entretenimiento
Comerciales
Bloque musical
Desarrollo de entretenimiento
Comerciales
Bloque musical

Cortinilla segunda etapa
Comerciales
Bloque musical
Desarrollo de entretenimiento
Despedida
Cortinilla de despedida
Contenido musical sin locución

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

**Tabla 33. Estructura de programa El Huracán de la tarde**

<b>Programa:</b> Huracán de la tarde
<b>Duración:</b> 210 minutos
<b>RADIO ESTRELLA 92.1 FM</b>
Intro de presentación
Anuncio patrocinado
Saludo y bienvenida
Cortinilla primera etapa del programa
Desarrollo de entretenimiento
Comerciales
Bloque musical
Desarrollo de entretenimiento
Comerciales
Bloque musical
Despedida
Cortinilla de despedida

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

**Tabla 34. Viejitas pero sabrosas**

<b>Programa:</b> Viejitas pero sabrosas
<b>Duración:</b> 180 minutos
<b>RADIO ESTRELLA 92.1 FM</b>
Intro de presentación
Anuncio patrocinado
Saludo y bienvenida
Cortinilla de entretenimiento
Desarrollo de programa
Comerciales
Sección música
Comerciales
Desarrollo de segundo bloque
Comerciales
Despedida
Cortinilla de despedida
Programa musical sin locución

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

**Tabla 35. Estructura de programa Latidos del corazón**

<b>Programa:</b> Latidos del corazón
<b>Duración:</b> 90 minutos
<b>RADIO ESTRELLA 92.1 FM</b>
Intro de presentación
Anuncio patrocinado
Primer bloque de música
Comerciales
Segundo bloque de música
Comerciales
Tercer bloque de música
Despedida

**Elaborado por:** Pincay Vera, X (2019)

Los resultados también permitirán realizar cambios en el formato de los principales programas de la emisora de radio que se detallan a continuación:

**Programa:** Noticiero Informando

**Problemas identificados:**

- Sólo lectura por medio de periódicos
- Pocas salidas desde exteriores
- No se realizan entrevistas previamente grabadas para su transmisión en vivo.

**Cambios:**

- Realizar la implementación de equipos tecnológicos como TV, proyector o pronter para que las noticias sean leídas de una forma más sencilla sin necesidad de que el locutor se distraiga dándole vuelta a la página.
- Realizar la transmisión del noticiero mediante la red social Facebook Live desde que inicia hasta que culmina el mismo.
- Extender a 30 minutos el noticiero para incluir un segmento comunitario de noticias a nivel local (Guayas).
- Interactuar con el público mediante el segmento: Reportero Ciudadano, así los oyentes podrán decir mediante notas de voz vía Whatsapp alguna denuncia o aporte a la noticia como sucesos, quejas, entre otros.

**Programa:** Estrellas del deporte

**Cambios:**

- Incluir una voz femenina en el panel para darle más frescura a los diálogos.
- Realizar spots para cada segmento
- Usar equipos tecnológicos que ayuden a que la comunicación desde exteriores sea nítida y pueda ser captada por el oyente.

- Realizar la transmisión del programa mediante Facebook Live desde que inicia hasta que culmina el mismo.
- Editar extractos de entrevistas y grabar con voz en off para luego ser transmitidas en la programación
- Extender 30 min.

**Programa:** La Gozadera

**Cambios:**

- Locución: 2 hombres 1 mujer
- Realizar entrevistas a artistas nacionales e internacionales en vivo, realizar concursos mediante llamadas y/o redes sociales. Cada viernes invitar a un fanático de estrella que ha estado atento a las redes
- Realizar spots para cada segmento
- Elaborar sketch con temáticas del diario vivir para atracción de audiencia.
- Realizar concursos mediante redes sociales y por llamadas al aire.

## CONCLUSIONES

Analizar la parrilla de programación y su incidencia en el fortalecimiento de la imagen del medio radio Estrella 92.1 FM.

### 1.8.1. Objetivos específicos

- Determinar la influencia de la producción radial en la emisora Estrella 92.1 FM.
- Fortalecer la parrilla de programación y su contenido.
- Desarrollar contenidos con estilos originales, creativos y únicos que identifiquen a la emisora Radio Estrella 92.1 FM.
- La parrilla de programación de Radio Estrella 92.1 FM no está estructurado de forma adecuada teniendo problemas en la emisión del contenido de entretenimiento, variedades, noticias y deportes, que de acuerdo con la investigación más del 50% de la programación en radio ESTRELLA se realiza en vivo, el resto sin locución, siendo su formato principal el de entretenimiento, noticias y música. Mayormente maneja un contenido musical que destaca por ser del género tropical como la salsa y merengue. Dispone de un sistema de programación automática.
- De acuerdo con la investigación de campo realizado a través de encuestas digitales se pudo apreciar que el deporte y música son parte del contenido radial que mayormente demanda la audiencia, y más del 50% de los encuestados conoce la emisora de Radio Estrella pero algunos consideran que si debe mejorar su parrilla de programación lo que demuestra el problema y las necesidades del público objetivo.
- La programación musical del género tropical es del 84% con relación a otros géneros como son las baladas, siendo el principal producto que ofrece la emisora de radio ESTRELLA. Además de tener una programación que mayormente está encaminada al entretenimiento de jóvenes y adultos como su principal audiencia conforme a los resultados de la investigación.

## RECOMENDACIONES

- Fortalecer la producción del contenido al aire para darle más dinamismo y versatilidad a la radio.
- Incluir otros géneros musicales considerando la variedad de oyentes para diversificar la programación de la radio
- Repotenciar las app y las nuevas tecnologías de comunicación por medio de las redes sociales con el fin de promocionar los diferentes espacios radiales para incrementar los niveles de audiencia.
- Desarrollar formatos en vivo los fines de semana basados en noticias de deportes que es parte de los intereses del público conforme a los resultados de la investigación. Además de ampliar el horario en dicho programa donde se establezcan dinámicas como concursos y premios.

## Bibliografía

- Acost, C. (16 de noviembre de 2012). *Tipos de Radio*. Obtenido de La Radio en Latinoamérica: <http://tecnologiaseducativasss.blogspot.com/2012/11/tipos-de-radio.html>
- Aguirre, J. L. (2016). *La radio boliviana en el largo trayecto de educar contando historias: El caso del programa "Voces nuestras"*. Obtenido de Scielo: [http://www.scielo.org.bo/pdf/rcc/v20n36/v20n36\\_a04.pdf](http://www.scielo.org.bo/pdf/rcc/v20n36/v20n36_a04.pdf)
- Alzola, U. (12 de junio de 2015). *El papel de los medios de comunicación: La radio y la televisión en la sociedad actual*. Obtenido de Open Acces: <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/43052/6/ualzolaTFG0715memoria.pdf>
- Arrobo, J. (2017). *La programación radiofónica*. Bogotá: Universidad.
- Ballesteros, T. (9 de julio de 2017). *¿Cuántas radios hay en América Latina?* Obtenido de El Tiempo: <http://blogs.eltiempo.com/radio-en-america/2017/07/09/cuantas-radios-hay-en-america-latina-2/>
- Bracamonte, E. (2013). *La producción radiofónica*. Lima: ECS-UCV.
- Cardoso, F. (2014). *Historia de la radio en Ecuador*. Quito: Andes.
- Cebrían, M. (2013). *Información en radio*. Sevilla: Síntesis.
- Córdova, J. (14 de junio de 2016). *La creatividad es una necesidad de la producción radiofónica*. Obtenido de UDLAP: <https://contexto.udlap.mx/la-creatividad-es-una-necesidad-de-la-produccion-radiofonica/>
- Emiroras Ecuador. (2018). *Radio Canela*. Obtenido de Emisoras: <http://www.emisorasecuador.com/radio-canela>
- Intriago, K. (15 de mayo de 2016). *La radio: Su origen y evolución*. Obtenido de La Casa de las palabras: <https://lacasadelaspalabrasblog.wordpress.com/2016/05/25/la-radio-su-origen-y-evolucion/>
- Izquierdo, J. (2016). *Teoría de programación de radio y televisión*. Obtenido de Universitat Jaume I: <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/162512/s116.pdf;jsessionid=43F505B7D0624D774B2BD5DD41EF5DEB?sequence=1>
- Jacques, J. (24 de julio de 2013). *La radio universitaria en el siglo XXI: Perspectiva Hispano Francesa*. Obtenido de Edmetic:

<http://www.uco.es/servicios/ucopress/ojs/index.php/edmetic/article/viewFile/2881/2790>

- Martín de la Guardia, R. (2014). *Europa habla de europa: Euranet: La primera red de radios europeas*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Martínez, F. (2018). *Teorías del periodismo*. Madrid: Centro de Estudios Financieros.
- Martínez, M. d. (septiembre de 2017). *La radio en busca de su audiencia: Hacia una escucha diversificada y multiplataforma*. Obtenido de Scielo: <http://www.scielo.br/pdf/interc/v40n3/1809-5844-interc-40-3-0109.pdf>
- Merino, J. (2017). *La historia de la radio en Latinoamérica y el Perú*. Lima: Scribd.
- Naumenko, I. (23 de febrero de 2017). *Cuando la guerra informativa era por la radio*. Obtenido de Russia Beyond: [https://es.rbth.com/cultura/historia/2017/02/22/cuando-la-guerra-informativa-era-por-la-radio\\_708078](https://es.rbth.com/cultura/historia/2017/02/22/cuando-la-guerra-informativa-era-por-la-radio_708078)
- Ortiz, M. Á. (enero de 2014). *La radio como medio para la comunicación alternativa y la participación del tercer sector en España y Francia*. Obtenido de Redalyc: <http://www.redalyc.org/pdf/1294/129432541001.pdf>
- Osses, S. (15 de mayo de 2015). *Cincuenta años de radio comunitaria en Colombia. Análisis sociohistórico (1945 - 1995)*. Obtenido de Scielo: <http://www.scielo.org.co/pdf/recig/v13n16/v13n16a13.pdf>
- Pérez, F. (2015). *Los inicios de la radio en Europa: 1921 - 1930*. Venezuela: Revista Electrónica en Iberoamérica Especializada en Comunicación.
- Pérez, I. (2016). *Parrilla radial*. Venezuela: Universidad Fermín Toro.
- Radios Libres. (29 de julio de 2014). *Qué es una radio en línea y cuáles son sus ventajas*. Obtenido de <https://radioslibres.net/que-es-una-radio-en-linea-y-ventajas/>
- Rodríguez, A. (2016). *La evolución de la radio y la influencia de las nuevas tecnologías en la comunicación entre locutor y oyente*. Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
- Rodríguez, E. (25 de octubre de 2016). *Avances tecnológicos y redes sociales*. Obtenido de Prezi: <https://prezi.com/fxfb6lbztoi1/avances-tecnologicos-y-redes-sociales/>
- Santos y Pérez. (2016). *La radio latina en España. Medio de integración*. Obtenido de Scielo: <http://www.scielo.org.mx/pdf/perlat/v24n48/0188-7653-perlat-24-48-00141.pdf>
- Suarez, J. (29 de septiembre de 2017). *Día del Radiodifusor ecuatoriano: cómo nació la radio en el país*. Obtenido de Ecuavisa: <https://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/actualidad/324566-dia-del-radiodifusor-ecuatoriano-como-nacio-radio-pais>

- Torre y Peñafiel. (2015). *Producción radiofónica: Seis programas en formato adaptación con obras de la ciudad de Ibarra*. Quito: UCE.
- Velasco, B. (2015). *Estructuración de la radio*. Lima: Universidad de Lima.

## Anexos

### Anexo 1. Encuesta

**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA DE PERIODISMO**

**ENCUESTA REALIZADA A HABITANTES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL QUE  
ESCUCHAN RADIO**

1. Género

Masculino      Femenino      Otro

2. Edad

18 a 25 años      26 a 32 años      33 a 40 años      41 a 48 años      48 años en adelante

3. Formación académica

Escolar      Secundaria      Superior      Postgrado      Artesano/técnico

**Instrucciones:**

**Marque con una X la respuesta que usted considere.**

**1.- ¿Con qué frecuencia escucha la radio?**

Muy frecuente

Frecuente

Algo frecuente

Poco frecuente

**2.- ¿Qué tipo de contenido le gusta escuchar en la radio?**

Musical

Variedades

Economía

Deportes

Políticas

Otros

**3.- ¿En qué momento del día escucha la radio?**

Mañana

Tarde

Noche

**4.- ¿Cuál es la emisora de radio que usted escucha con frecuencia?**

---

**5.- ¿Por qué motivos le gusta escuchar esa emisora de radio?**

Entretenido

Buenos locutores

Programas

Noticias

Otros

**6.- ¿Utiliza las nuevas aplicaciones para radio (app, páginas web, entre otros)?**

Si

No

**7.- ¿Qué tan frecuente ve usted las transmisiones en vivo de los programas de radio por las redes sociales?**

Muy frecuente

Algo frecuente

Poco frecuente

Nada

**8.- ¿Ha escuchado la emisora de radio ESTRELLA 92.1 FM? De contestar no saltar a la pregunta 10**

Si

No

**9.- De los siguientes programas que emite radio Estrella ¿Cuál le gusta?**

Estrellas del deporte

El huracán de la tarde

Latidos del corazón

Viejitas pero sabrosas

Noticiero Informando

Yo soy Ecuador

**10.- ¿Por qué le gusta la emisora de radio Estrella?**

Calidad de programas

Trabajo de locutores

Contenido y variedad

Producción

Formatos musicales

Otros

**11.- ¿Cómo califica usted la emisora de radio Estrella?**

Muy buena

Buena

Regular

Mala

Muy mala

**12.- ¿Cómo califica usted el trabajo realizado por los locutores de la emisora de radio Estrella?**

Muy buena

Buena

Regular

Mala

Muy mala

**13.- ¿Cómo califica usted la calidad de producción de la emisora de radio Estrella?**

Muy buena

Buena

Regular

Mala

Muy mala

## Anexo 2. Evidencia de encuesta

com/forms/d/e/1FAIpQLSduQtH1qv0EdC1-NeAScp6UCxzC67p76yaDIs9Ic5xQAYTgNw/viewform

### Encuesta

Buenos días/tades o noche, la siguiente encuesta es para el registro de información dirigida para la elaboración del proyecto de investigación con el tema: ANÁLISIS DE LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE RADIO ESTRELLA 92.1 FM Y SU INCIDENCIA EN LA CONSTRUCCIÓN DE PRODUCCIÓN RADIAL. Pido a usted amablemente responda cada pregunta según su criterio.

#### Género

Mujer

Hombre

Otros: \_\_\_\_\_

#### Edad

28  
\_\_\_\_\_

#### Formación académica

Escolar

1.- ¿Con qué frecuencia escucha la radio?

Muy frecuente

Frecuente

Algo frecuente

Poco frecuente

2.- ¿Qué tipo de contenido le gusta escuchar en la radio?

Musical

Variedades

Economía

Deportes

Política

Otros: \_\_\_\_\_

3.- ¿En qué momento del día escucha la radio?

- Día
- Tarde
- Noche

4.- ¿Cuál es la emisora de radio que usted escucha con frecuencia?

Estrella

---

5.- ¿Por qué motivos le gusta escuchar esa emisora de radio?

- Entretenido
- Buenos locutores
- Programas
- Noticias

6.- ¿Utiliza las nuevas aplicaciones para radio (app, páginas web, entre otros?)

Si

No

7.- ¿Qué tan frecuente ve usted las transmisiones en vivo de los programas de radio por las redes sociales?

Muy frecuente

Algo frecuente

Poco frecuente

Nada

8.- ¿Ha escuchado la emisora de radio ESTRELLA 92.1 FM? De contestar no saltar a la pregunta 10

Si

No

9.- De los siguientes programas que emite radio Estrella ¿Cuál le gusta?

- Estrella del deporte
- El huracán de la tarde
- Latidos del corazón
- Viejitas pero sabrosas
- Noticiero informado
- Yo soy Ecuador

10.- ¿Por qué le gusta la emisora de radio Estrella?

- Calidad de programas
- Trabajo de locutores
- Contenido y variedad
- Producción

11.- ¿Cómo califica usted la emisora de radio Estrella?

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

12.- ¿Cómo califica usted el trabajo realizado por los locutores de la emisora de radio Estrella?

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

13.- ¿Cómo califica usted la calidad de producción de la emisora de radio Estrella?

Muy buena

Buena

Regular

Mala

Muy mala

**ENVIAR**

Nunca envíe contraseñas a través de Formularios de Google.

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del servicio](#)

Google Formularios

### **Anexo 3. Entrevista**

**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO**

**CARRERA DE PERIODISMO**

**ENTREVISTA REALIZADA AL PROPIETARIO DE LA EMISORA DE RADIO  
ESTRELLA**

**1.- ¿Cuál es la principal audiencia para la radio Estrella?**

La principal audiencia de la radio son jóvenes y adultos donde se ofrece diferentes programas que se acoplen a su gusto conforme a las tendencias en relación al tipo de música, información y entretenimiento.

**2.- ¿Durante los últimos cinco años que cambios ha realizado la emisora para captar nuevo público?**

Cambios a nivel de contenido por ejemplo la variedad de música, manteniendo aquella de otras décadas ya que es una de las principales que la audiencia requiere. Asimismo, la forma de manejar la publicidad, los anuncios y el rol de cada locutor conforme a su programa para generar interés en la audiencia.

**3.- ¿De todos los programas de radio que emiten a diario cuál es el de mayor audiencia?**

Bueno, tenemos buena percepción en diferentes programas como son Estrellas del Deporte, Viejas pero sabrosas, por ejemplo, el contenido depende del tipo de audiencia y los resultados han sido favorables con relación a la calidad que mantenemos en cuanto a cumplir también con las expectativas del público.

**4.- ¿Qué estrategias han empleado para atraer anunciantes?**

Se han dado promociones y ofertas para el anuncio en programas principales, o durante un horario determinado que requiera el anunciante para que así se capte el interés de posibles clientes.

**5.- ¿Cuáles son los procedimientos que realiza el personal de trabajo para preparar la parrilla de programación que emiten a diario?**

Día a día se desenvuelven de acuerdo al contenido que se busca preparar, que es importante recibir su aprobación mediante reuniones con el personal competente y manteniendo ética para evitar algún tipo de sanción o emitir comentarios que puedan afectar el interés público.

**6.- ¿Qué tipo de estudios realizan para conocer las necesidades de los oyentes con relación al contenido y temas que se emiten en la radio?**

Bueno se basa mucho en los puntos de audiencia que tiene cada programa, en caso de que estos no sean buenos se realiza una reestructuración o cambio en su totalidad, todo lo que aporte a mejorar.

**7.- ¿De qué manera realizan la programación de la producción de radio?**

Esto es a través del trabajo realizado por todo el personal.

**8.- ¿Ha considerado realizar una renovación de la parrilla de programación? ¿Por qué?**

Se ha puesto en la mesa esta idea, pero no se ha concretado, porque se están realizando primero sondeos para no cometer un error en el cambio de horarios u otro tipo de actividad.

**9.- La propuesta de investigación es del diseño de una parrilla de programación ¿De ser factible con relación costo – beneficio estaría interesado en ejecutarlo?**

Si, siempre que genere resultados positivos.

**10.- ¿Cuál es su visión de la emisora de Radio Estrella para los próximos años considerando que ha aumentado la oferta de medios digitales de entretenimiento e información?**

Es un mercado complicado con relación a las nuevas tendencias tecnológicas, pero estas no están a disposición de todos los ecuatorianos por lo que no visualizo un panorama negativo, confiando en que a través del trabajo arduo se tengan siempre excelentes resultados que cumplan con los intereses de la emisora.

**Anexo 4. Evidencia Fotográfica de entrevista a Director de la radio**

