

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS
VICERRECTORÍA ACADÉMICA

ESCUELA DE PERIODISMO

**ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE RADIO
MONUMENTAL DESTINADA AL PERIODISMO
RADIOFÓNICO EN EL AÑO 2014 Y 2017. DURANTE EL I
CUATRIMESTRE DEL 2018.**

TESINA PARA OPTAR POR EL GRADO DE BACHILLERATO EN PERIODISMO

AUTORA: ANNETTE NÚÑEZ GRANADOS

TUTORA: LIC. KARLA MORA

**SEDE ARANJUEZ
AGOSTO, 2018**

Dedicatoria

A mi pequeño hijo...

Este esfuerzo es para él, ya que ambos hemos sacrificado tiempo, madre e hijo, para alcanzar este logro; desde hace un año hasta hoy cada nueva meta alcanzada son con el anhelo de convertirme en una mejor persona, ser un buen ejemplo para él y asegurarle un mejor futuro.

A mis padres...

Quienes sin lugar a duda me han apoyado en cada paso que doy, guiándome con sus consejos y experiencia, agradezco cada vez que cuidaron de mi pequeño y cada palabra de ánimo que me brindaron para culminar este trabajo, muestra de su dedicación y entrega en el rol de padres.

A mi hijo,
André Bocam Núñez.

A mi madre,
Jeannette Granados Aguilar

y a mi padre
Carlos Núñez Calvo.

Agradecimientos

Primero, quiero darle infinitas gracias a Dios por darme la oportunidad de culminar parte importante de mi preparación profesional, por permitirme disfrutar de tantas bendiciones en mi vida, para Él toda mi honra.

Quiero agradecer inmensamente a Christian, mi esposo, por el apoyo incondicional y el ánimo constante que me ha brindado durante este proceso universitario y por acompañarme en cada nueva experiencia de vida.

También agradezco y valoro el apoyo de mis hermanas quienes están siempre presentes; a toda mi familia en general y, con esto me refiero también a la familia de mi esposo y amigas quienes se han preocupado por hacerme este proceso más sencillo.

A mis amigos y familiares quienes me ayudaron a conseguir las entrevistas, a obtener información importante para esta investigación, inclusive, en ayudarme a solucionar problemas... gracias de corazón.

Agradezco a los entrevistados de mi tesis, ya que en cada entrevista realizada obtuve nuevos conocimientos, gracias por esas conversaciones importantes e inspiradoras.

Por último, darle las gracias a mi tutora, quien durante estas semanas también trabajó muy fuerte a mi lado para ayudarme culminar esta etapa.

Agradezco a toda esta gran red de apoyo, gracias a ustedes, por tanto. Los quiero

Annette Núñez Granados

Resumen ejecutivo

La presente investigación tiene como objetivo general, analizar la programación de Radio Monumental destinada al periodismo radiofónico en los años 2014 y 2017, durante el I cuatrimestre del 2018, debido a que este medio de comunicación costarricense ha decidido realizar cambios con respecto al contenido y estructura de programas con formatos dedicados al periodismo.

Este trabajo pretende estudiar las programaciones de Radio Monumental en el año 2014 y 2017 respectivamente, así como la audiencia registrada en esos mismos años, según el Estudio General de Medios (Acumulada 4) de la casa encuestadora IPSOS.

Además, se realizará el análisis de 22 audios, correspondientes a cada uno de los programas de Radio Monumental, los cuales se dividen en 11 programas grabados del 2014 y 11 del 2017 para posteriormente presentar un análisis comparativo del contenido periodístico entre ambos años de estudio.

Seguidamente se evidenciará la percepción de los periodistas colegiados al Colegio de Periodistas de Costa Rica (COLPER) sobre el cambio del contenido de los programas de Radio Monumental dedicados al periodismo radiofónico.

Con esta investigación se pretende conocer principalmente cuáles son los cambios realizados a la programación de Radio Monumental y si efectivamente estos cambios afectan la práctica profesional periodística.

En la parte final de este trabajo investigativo, se presenta las conclusiones arrojadas por cada instrumento aplicado, que responden a los objetivos desarrollados por la autora. En ellos se explican ampliamente las respuestas y son debidamente justificadas en el desarrollo del capítulo 4: Análisis de resultados. De igual forma, se adjunta en los apéndices todos los documentos utilizados para esta investigación.

Contenido

Agradecimientos	4
Revisión filológica.....	¡Error! Marcador no definido.
Resumen ejecutivo	10
Contenido	11
Tablas.....	14
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	16
Planteamiento del problema.....	18
Objetivo general.....	20
Objetivos específicos	20
Justificación	21
Antecedentes	22
Historia de la radio.....	22
Historia de la radio y el periodismo en Costa Rica.....	24
Tesis internacionales.....	26
Tesis Nacionales.	28
Proyecciones	30
CAPÍTULO II MARCO REFERENCIAL	31
La radio o la radiodifusión.....	31
La radio como medio masivo.....	34
Amplitud Modulada y Frecuencia Modulada (AM/FM)	35
Características de la radio	37
La programación radiofónica.....	38
Modelos de programación radiofónica.	40
Diseños de programas y el periodismo radiofónico.....	41
La audiencia	43
Las franjas horarias.....	45

Storytelling en el periodismo	46
Utilización de las teorías	47
Teoría de la aguja Hipodérmica	47
El modelo de George Gerbner	49
Teoría de Usos y Gratificaciones	50
Enfoque de la investigación	54
Diseño de la investigación	55
Clasificación de la investigación	57
Alcance temporal	57
Profundidad	58
Método de la investigación	59
Población de la investigación	59
La muestra de la investigación	60
Unidades de análisis	62
Instrumentos de la investigación	64
Documentos, registros, materiales y artefactos	65
La entrevista a profundidad	66
Proceso para la recolección de datos	67
Sujetos de la investigación	69
Fuentes de Información	70
Referente institucional de Radio Monumental	71
Métodos de análisis	72
Unidad de análisis 1: Parrilla de programación de Radio Monumental	77
Unidad 1: Categoría 1: Estructura de programación del 2014 y 2017	78
Unidad 1. Categoría 2: Variedad de formatos radiofónicos en la parrilla del 2014 y 2017 ..	80
Unidad 1. Categoría 3: Franjas Horarias y Prime Time del 2014 y 2017	83
Unidad 1. Categoría 4: Duración de programas del 2014 y 2017	85
Unidad 1. Categoría 5: Emisiones diarias y frecuencia de los programas del 2014 y 2017 ..	87
Unidad 1. Categoría 6: Mantenimiento de la parrilla de programación y el Balance	
Scorecard	89
Unidad de análisis 2: Audiencia	90

Unidad 2: Categoría 1: Posición nacional de Radio Monumental, según IPSOS en el 2014 y el 2017.....	91
Unidad 2. Categoría 2: Comparación de la audiencia de cada programa de Radio Monumental.	96
Unidad 2. Categoría 3: Identificar las audiencias de la emisora.....	105
Unidad 2. Categoría 4: Comparación del EGM Acumulada de Radio Monumental y Radio Columbia en el año 2014 y 2017.	107
Unidad de análisis 3: Diseños de los espacios del periodismo radiofónico de Radio Monumental	113
Unidad 3: Categoría 1: Variedad de géneros y formatos radiofónicos.....	113
Unidad 3: Categoría 2: Comparación del contenido de los programas del 2014 y 2017.....	120
Unidad 3. Categoría 3: “Storytelling” en Radio Monumental.....	133
Unidad 4. Percepción de los periodistas del COLPER.....	141
Unidad 4. Categoría 1: Cambios significativos en la programación de Radio Monumental.	142
Unidad 4. Categoría 2: Calidad de los programas periodísticos.....	143
Unidad 4. Categoría 3: Cambios en el espacio dedicado al periodismo.....	145
Unidad 4. Categoría 4: Programación de música dentro del noticiero.	146
Unidad 4. Categoría 5: Opinión y comentarios dentro del noticiero.	147
Unidad 4. Categoría 6: “Storytelling” en noticiero.....	149
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	151
Conclusiones.....	151
Recomendaciones	153
REFERENCIAS.....	156
APÉNDICE.....	161
FIGURAS	236

Tablas

Tabla 1. Unidades de Análisis	64
Tabla 2. Perfil de especialistas consultados para las entrevistas de profundidad.....	76
Tabla 3. Unidades de Análisis y Categorías.....	78
Tabla 4. Formatos radiofónicos en la parrilla del 2014.....	83
Tabla 5. Formatos radiofónicos en la parrilla del 2017.....	84
Tabla 6. Duración de Programas del 2014.....	87
Tabla 7. Duración de Programas del 2017.....	88
Tabla 8. Emisiones diarias y frecuencia de los programas del 2014.....	89
Tabla 9: Emisiones diarias y frecuencia de los programas del 2014.....	90
Tabla 10: Audiencia comparada – Sexo - Ipsos 2014 y 2017.....	107
Tabla 11: Audiencia comparada – Edades - IPSOS 2014 y 2017.....	108
Tabla 12: Audiencia comparada – Nivel Socioeconómico. IPSOS 2014 y 2017.....	108
Tabla 13: Comparación de rating general del EGM Acumulada del 2014 y 2017.....	110
Tabla 14: Acontecer Agropecuario.....	116
Tabla 15 : Noticias Monumental I Emisión.....	116
Tabla 16: Nuestra Voz.....	117
Tabla 17: 120 Minutos.....	117
Tabla 18: Noticias Monumental II Emisión.....	118
Tabla 19 : Escenario deportivo.....	118
Tabla 20: Matices.....	119
Tabla 21: Así es la cosa.....	120
Tabla 22: Oro y Grana.....	120
Tabla 23: Pelando el Ojo.....	120
Tabla 24: Noticias Monumental III Emisión.....	121
Tabla 25: Comparativa de contenido 2014 y 2017 Acontecer Agropecuario.....	123
Tabla 26: Comparación de contenido Noticiero Monumental 1 Emisión 2014 y 2017.....	124
Tabla 27: Comparación de contenido Nuestra Voz 2014 y 2017.....	125
Tabla 28: Comparación de contenido 120 Minutos 2014 y 2017.....	126
Tabla 29: Comparación de contenido Noticiero Monumental II Emisión 2014 y 2017.....	127

Tabla 30: Comparación de contenido Escenario Deportivo 2014 y 2017.....	129
Tabla 31: Comparación de contenido Matices 2014 y 2017.....	130
Tabla 32: Comparación de contenido Así es la cosa 2014 y 2017.....	131
Tabla 33: Comparación de contenido Oro y Grana 2014 y 2017.....	132
Tabla 34: Comparación de contenido Pelando el Ojo 2014 y 2017.....	133
Tabla 35: Comparación de contenido Noticias Monumental III Emisión 2014 y 2017.....	134
Tabla 36: Resumen de tabla Story telling en Monumental.....	142
Tabla 37: Respuesta Sondeo 1.....	144
Tabla 38: Respuesta Sondeo 2.....	146
Tabla 39: Respuesta Sondeo 3.....	147
Tabla 40: Respuesta Sondeo 4.....	148
Tabla 41: Respuesta Sondeo 5.....	149
Tabla 42: Respuesta Sondeo 6.....	151

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

Las nuevas generaciones, las nuevas maneras de informarse y la llegada de la era digital, obligó a los medios de comunicación tradicionales como la televisión, radio y prensa escrita a evolucionar, no solo incluyendo las plataformas digitales, sino que también los ha obligado a cambiar su contenido, olvidarse de los formatos tradicionales y crear nuevos espacios.

Para iniciar esta investigación es importante explicar a partir de dónde surge la iniciativa de desarrollar todo un estudio a partir de una radioemisora así como la intención de explicar la programación.

El tema nace y se plantea a partir de la observación de que los noticieros radiofónicos ya no son como antes solían ser en Costa Rica, estos han cambiado sustancialmente, desde 1947 que Radio Monumental, transmite su primer noticiero llamado "Diario del aire" el cual consistía en una narración del periódico matutino La Nación, a hoy donde su contenido es más variado. (Rivera, 2018. Entrevista personal)

Aquellas voces sonoras, que se dedicaba solamente a leer las noticias por medio de la radio durante una hora para informar a gran parte de la población ya no están; Tal situación no solamente se nota en los noticieros radiofónicos, sino que el concepto general de la radio en Costa Rica como la conocíamos ha cambiado notablemente.

En la actualidad, el panorama es muy diferente. Hoy, la música es el ingrediente más importante, al igual que los programas de contenido humorísticos y de entretenimiento, algunos son formatos que fusionan varios géneros y muchos otros que no aportan información.

Los gustos de la audiencia han evolucionado paulatinamente y esto ha logrado que las radioemisoras también hayan evolucionado su contenido, hablar de radionovelas es solo un recuerdo para los abuelos de esta generación, los más jóvenes no se imaginan que sería de un día común sin radionovelas.

Sin duda alguna, una preocupante para los periodistas sería que los noticieros radiofónicos toparan con la misma "suerte" de las radionovelas, ver cómo, poco a poco, las emisiones

noticiosas disminuyen, los minutos informativos se van reduciendo o cómo las salas de redacción y las radioemisoras de corte informativo van desapareciendo.

A pesar de que algunos formatos radiofónicos dejan de ser populares, sin lugar a duda, las radioemisoras siguen demostrando su influencia y vigencia como uno de los medios preferidos para informarse, así como medio de entretenimiento, a pesar de que la actual evolución tecnológica, ha obligado a la radio a adaptarse y transformarse.

Es importante para este estudio, rescatar las características de la radio tradicional, como es del saberse que es un medio masivo, ya que tiene la posibilidad de llegar a muchos lugares del mundo y personas, también es selectivo; es decir, cada emisora dirige su programación o mensajes a grupos específicos de radioescuchas, por otra parte, cuenta con la interactividad con sus radioescuchas y, es precisamente esa retroalimentación constante, una de las características más enriquecedoras. (Hernández, 2016. párr. 12).

Durante la década de los años veinte, el método que utilizaba la radio para comunicarse con su público era por medio de cartas, estos correos indicaban los reportes de la sintonía de los radioescuchas, unos años más tarde fue sustituido por las llamadas telefónicas; hoy el internet todo lo ha evolucionado. La radio ha sufrido constantes cambios desde el punto de vista tecnológico, permitiendo una nueva dinámica de interacción con la audiencia. (Ramos, 2017. p. 43)

No solo los métodos de comunicación evolucionan, el público, la tecnología, el mundo en general también evoluciona y es necesario adaptarse.

En la actualidad, el estilo y modo de vida de las nuevas generaciones, obliga a la sociedad a acelerar todos los procesos; la tecnología impulsa una nueva y más rápida forma de informarse, hoy, las familias no se sientan horas frente a la radio a escuchar un noticiero, ahora tienen la posibilidad de elegir qué escuchar debido a un sinnúmero de opciones para informarse.

El tiempo de espera que se requería para informarse sobre algún hecho, deja de ser un obstáculo, la noticia llega rápido o se busca por medios alternativos, lo que ha puesto sobre la mesa nuevas reglas para ejercer el periodismo radiofónico.

Estos cambios, no solo tecnológico, sino también en el estilo de vida y nuevas formas para obtener la información, lanza un reto a los gerentes, directores y productores radiofónicos, quienes se han dado a la tarea obligatoria de modificar su programación e incluir diferentes plataformas informativas para no perder su audiencia o rating y tratar de capturar nuevos radioescuchas.

Las audiencias y sus gustos cambian, los medios de comunicación también, por esta razón, la presente investigación está orientada al análisis de la programación destinada al periodismo radiofónico en Radio Monumental en el año 2014 y 2017; con este estudio, se pretende saber si existen cambios sustanciales en la parrilla de programación, audiencia y contenido de dicha emisora, durante los años anteriormente mencionados.

Para esta investigación se eligió Radio Monumental, radioemisora costarricense, de reconocimiento nacional debido a que desde 1947 destina la mayor parte de su programación a la producción y transmisión de información noticiosa, es una emisora conocida y consolidada por ejercer el periodismo en sus programas. Por estas razones, esta investigación también pretende describir y comparar los diseños de cada uno de los espacios radiales de noticias de Radio Monumental.

Planteamiento del problema

Como se mencionó anteriormente, la dinámica de la radiodifusión ha cambiado en los últimos años, no solo por la apertura de otros medios de comunicación como lo fue la televisión y más recientemente los medios o plataformas digitales donde el internet revolucionó el hacer y quehacer de los seres humanos, especialmente en el área de la comunicación. (Ramos, 2017. p. 43).

En el ámbito radiofónico también cambió en materia de contenido, no solo por el nuevo protagonismo de los medios digitales, sino que existe una evolución o cambio en las parrillas de programación que tenían como tópico principal el informar, alternándolo con entretenimiento (socio dramas, radio shows, música) y el deporte. Hoy la música al lado del humor, son punta de

lanza en muchas radioemisoras, siendo pocas las que dedican la mayor parte de su espacio a la información noticiosa.

Esta investigación pretende mostrar si el espacio destinado al periodismo radiofónico en Costa Rica ha disminuido o aumentado.

En Costa Rica, Radio Monumental se caracteriza por ser una de las pocas emisoras que destinan la mayor parte de su parrilla a una programación de información noticiosa y, por ello esta radioemisora se elige para el presente estudio, y así poder determinar si existe un cambio en su contenido o en su programación; la indagación pretende vislumbrar si los cambios influyen en la manera de informar a la población o pueden repercutir de forma negativa o positiva en su audiencia y en la sociedad en general.

Esta investigación pretende brindar un panorama claro de la programación del 2017 de Radio Monumental comparada con la programación del 2014, así se observarán los cambios realizados en la programación y se denotará si el espacio que se le brinda al periodismo radiofónico en Radio Monumental (93.5 FM) ha cambiado; tales razones que obligan a reflexionar sobre las siguientes preguntas de investigación:

¿Ha cambiado la programación de Radio Monumental entre el año 2014 y el 2017?

¿Un cambio importante en la audiencia de Radio Monumental entre el 2014 y 2017 fue la causa por la que se realizaron alteraciones en la programación?

¿Cuáles son las razones por las que ha modificado la programación de Radio Monumental entre el año 2014 y el 2017?

¿Cuáles son las causas por las que la audiencia varió?

Lo que lleva a repreguntar:

¿Los cambios en la programación de Radio Monumental han propiciado una disminución en la producción y transmisión de información noticiosa en esta radioemisora, reduciendo así el espacio destinado al periodismo radiofónico?

O caso contrario, si:

¿Los cambios en la programación de Radio Monumental han propiciado un aumento en la producción y transmisión de información noticiosa en esta radioemisora, incrementando así el espacio destinado al periodismo radiofónico?

En la actualidad, esta investigación no encontró ningún estudio directamente relacionado con el tema. Sin embargo, se hallaron investigaciones realizadas a Radio Monumental que más adelante se abordarán, así como otras indagaciones sobre programación de radioemisoras.

La información requerida para esta investigación será obtenida directamente de la radioemisora, solicitando información sobre las encuestas de IPSOS, específicamente el Estudio General de Medios, Acumulada 4, del año 2014 y 2017, entrevistas a directores y productores que brindaron o facilitaron información relevante, así como los audios y parrillas del 2014 y 2017, posteriormente se realizará un análisis de las perspectivas de los periodistas costarricenses con respecto al tema.

Objetivo general

Analizar la programación de Radio Monumental destinada al periodismo radiofónico del año 2014 y del año 2017. Durante el I cuatrimestre del 2018.

Objetivos específicos

- 1) Comparar la parrilla de programación y la audiencia de Radio Monumental del 2014 y 2017.
- 2) Contrastar los diseños de cada uno de los espacios dedicados al periodismo radiofónico en Radio Monumental del año 2014 y el 2017.

- 3) Descubrir la percepción de los periodistas del Colegio de Periodistas de Costa Rica con respecto al cambio de programación destinada al periodismo radiofónico en Radio Monumental entre el año 2014 y 2017.

Justificación

Este estudio se realiza con la intención de determinar si los espacios radiofónicos en Costa Rica se mantienen, aumentan o desaparecen paulatinamente, partiendo que Radio Monumental es una emisora referente en el ámbito periodístico y se puede proyectar en emisoras del mismo perfil.

Esta inquietud nació a partir de la observación de que en reiteradas ocasiones se detectó que los programas de Radio Monumental habían presentado cambios importantes en cuanto a estructura y contenido de los programas, especialmente el noticiero.

Ante la incertidumbre de no saber si la calidad y espacio destinado al periodismo en Radio Monumental había efectivamente cambiado, se planeó esta investigación ya que en repetidas oportunidades se escuchó la programación de música durante la transmisión del noticiero, algo inusual en los noticieros radiofónicos de Costa Rica.

Por lo explicado anteriormente unido al contexto nacional, donde la tasa de desempleo del 2017 no presentó una disminución con respecto al 2016, según el Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC], (2017), “En el primer trimestre de 2017, 207 mil personas estaban desocupadas, de las cuales 111 mil eran hombres y 96 mil mujeres” (p. 9). los periodistas deben conocer la situación del mercado laboral y así trabajar en las áreas de oportunidad y adaptarse a los nuevos cambios en los medios de comunicación.

Este estudio podría aclarar si los espacios dedicados al periodismo disminuyen o bien saber las acciones a seguir ante los cambios en los formatos radiofónicos.

Esta es la razón por la que esta investigación pretende dar información relevante a los estudiantes de periodismo en general y estudiantes especializados en periodismo radiofónico y a quienes

ejercen esta profesión, ya que los mantendrá al tanto sobre los espacios brindados al periodismo radiofónico de noticias, argumentando un aumento o disminución del mismo.

Antecedentes

En este apartado se hará un repaso de la información más relevante de la radio, desde su invención, su proliferación a nivel mundial y la actualidad; sin dejar de lado la posición e historia de la radio en Costa Rica. Cabe mencionar que algunos de los datos más relevantes de la radio se retomarán a profundidad en el marco de referencia.

Historia de la radio.

Para profundizar en esta investigación es necesario conocer la historia, tanto de la radio como del periodismo radiofónico en Costa Rica y el mundo. A continuación, se presenta un recorrido por la evolución de este medio.

Imaginar un mundo sin una radio, es algo casi impensable, nuestra generación creció al lado de este artefacto, acompañó e informó a nuestros bisabuelos y sigue vigente hasta hoy.

Ha pasado más de un siglo desde su invención, por lo que se debe comprender que su nacimiento no se dio de la noche a la mañana, sino que, a través del arduo trabajo de muchos inventores, científicos, radioaficionados y un sinnúmero de intentos por perfeccionar lo que hoy se conoce como, la radio.

Desde los inicios con las teorías de Maxwell, de acuerdo con Tomé (2016):

La más importante fue que podía existir ondas electromagnéticas de muchas frecuencias diferentes. Todas ellas se propagarían por el espacio a la velocidad de la luz. La luz visible se correspondería a las ondas de un rango limitado de frecuencias detectable por el ojo humano. (párr. 3).

Esta teoría abrió la posibilidad a un nuevo mundo por explorar en la comunicación y otras ramas y es a partir de esta idea que más científicos dedican sus esfuerzos para llegar hasta a lo que hoy conocemos como la radio.

Después de Maxwell, es la oportunidad de Heinrich Hertz a quien se le atribuye el descubrimiento de la propagación de las ondas electromagnéticas, su producción y detección, en 1887. De acuerdo con Baena (2014):

La radiodifusión consiste en la transmisión a distancia del sonido, el aire es utilizado como canal y las ondas electro- magnéticas –conocidas como ondas herzianas– son usadas como soporte, de la voz humana y de la música que, en forma de programas, están al alcance de un número ilimitado de oyentes. (p. 55).

Como explica Baena, era necesario el descubrimiento de las ondas Herzianas para poder transportar la voz, como se puede notar se llevaron varios procesos y años para llegar hasta el producto final.

Los créditos por la invención de la radio fueron muy confusos durante mucho tiempo, hasta que oficialmente se le reconoce a Marconi su gran aporte.

Eventualmente, al científico Alexander Graham Bell se le adjudicó la invención de la radio, pero realmente este invento se la otorga a Guillermo Marconi, según Baena (2014):

El logro de la radiotelegrafía sin hilos, hecha realidad por Guillermo Marconi en 1901, quien consiguió emitir desde Europa una señal –concretamente los puntos de las letras del alfabeto Morse– que fue captada en Terranova, al otro lado del Atlántico. Después otros científicos perfeccionaron los sistemas de transmisión. (p. 55).

Según Baena, finalmente se logra transmitir de forma clara y concreta un mensaje por la radio, tras varios intentos por afinar las transmisiones por medio de la telegrafía sin hilo.

Fue en el año de 1906, en nochebuena, cuando el estadounidense Reginald A. Fessenden realizó la primera transmisión radiofónica en amplitud modulada desde Massachusetts, en los Estados Unidos de Norteamérica; varios buques a kilómetros de distancia lograron escuchar un mensaje dado por Fessenden y el sonido de su violín. (Monroy, 2016. minuto. 2:08).

La invención de la radio requirió de muchos años de investigaciones e intentos insistentes para concretar lo que hoy se conoce como tal, desde el aparato emisor, las antenas de transmisión y finalmente el dispositivo receptor los cuales conforme al paso del tiempo, fueron especializándose gracias a la tecnología.

Historia de la radio y el periodismo en Costa Rica.

Podría decirse que el periodismo radiofónico inició empíricamente en la radio, al igual que en otros medios como la prensa y la televisión, pero este en particular desde sus inicios se basa en transmitir información sobre lo que sucedía en el pueblo, en el país y hasta en el mundo.

Para no perder el hilo de este tema es importante empezar haciendo un breve repaso de los datos importantes de la radio en Costa Rica, según Pérez (2016):

Costa Rica, en septiembre de 1924 comienza a operar regularmente la FG de Federico González Lahmann.

El mismo año nace HEN, la primera emisora educativa.

En diciembre de este año Amando Céspedes Marín construye dos transmisores de onda media con los cuales se comunicaba con un amigo a 8 kms. de distancia y reproducía música. Estas transmisiones se prolongan hasta diciembre de 1926, y en enero de 1927 comienza a transmitir regularmente. Céspedes la llamó NRH (posteriormente T14-NRH y luego La Voz de Costa Rica).

Del 4 de mayo de 1928 a 1939 transmitió en onda corta, y en 1928 construyó la primera emisora católica del mundo, en la Iglesia de la Soledad, en San José.

En 1926 aparece en San José la TICR, la tercera emisora: es una estación privada instalada gracias a una donación del gobierno mexicano.

En 1929 Gonzalo Pinto Hernández funda Radio Monumental, emisora con un importante componente noticioso. (Central de Radios, s/f). (pp. 132-133).

La nueva opción para transmitir la información de manera rápida llegó al país por medio del señor Amando Céspedes Marín, hoy conocido como el pionero de la radio costarricense. Pero no fue hasta el año 1947 que se dieron los primeros pasos del periodismo en el país, fue a partir del 29 de junio de ese año cuando se transmitió la primera edición del primer noticiero llamado "Diario del aire", que consistía en una edición hablada del matutino La Nación a través de Radio Monumental. (Rivera, 2018, entrevista personal)

Posterior a esto, el 1º de mayo de 1958, bajo la dirección de Rolando Angulo Zeledón salió al aire Radioperiódico Reloj, uno de los noticieros más importantes del país y con mayor audiencia a nivel nacional. Los hermanos Barahona, dueños de la emisora visitaron Cuba debido a una gira que realizó la orquesta de su hermano, Lubín Barahona, tuvieron la oportunidad de escuchar un noticiero de la Cadena Azul, así que llegaron a Costa Rica con la idea de replicarlo, con figuras tan emblemáticas de la radio como Rolando Angulo Zeledón y Mario "El Chino" Lee. Este noticiero se transmitió durante casi 40 años por Radio Reloj, luego pasó a Radio Columbia y Radio Nacional, finalmente dejó de transmitirse en el 2006. (Trovar, 2013. párr.16)

Con el pasar de los años, varias emisoras optaron por utilizar tal género informativo, además, las mencionadas anteriormente Radio Nacional y Radio Columbia son las emisoras que compiten indirectamente con Radio Monumental.

Dentro del margen nacional cabe destacar un acontecimiento que marcó un precedente, el asesinato de Parmenio Medina quien dedicaba el ejercicio de su programa al periodismo investigativo, quizá fue el comienzo de una previa censura para la radio investigativa informativa ya que este fue uno de los hechos más relevantes que ha marcado el ámbito periodístico en el país.

El asesinato del periodista Parmenio Medina el 7 de julio del 2001, creador, productor y director del programa "La Patada" durante 28 años. El periodista de nacionalidad colombiana, realizó actividades en las radioemisoras costarricenses Columbia y en Radio Monumental. El autor Trovar, menciona que el crimen se produjo pocas semanas después de haber formulado una serie de denuncias sobre anomalías que se venían dando en Radio María, dirigida por el sacerdote Mainor Calvo, y que condujeron al cierre de la estación. El crimen convirtió a Parmenio en "mártir de la libertad de prensa". A finales de diciembre del 2001, fueron encarceladas varias

personas sospechosas del hecho, entre ellas al padre Mainor Calvo y el empresario Omar Chaves. (Trovar, 2013. párr. 25).

Luego de partir de hechos históricos de la radio en el mundo y en Costa Rica, es importante fijar las tesis consultadas para la realización de la presente investigación.

Tesis internacionales.

Iniciando en el ámbito internacional, dentro de un sinnúmero de investigaciones en diferentes países, dentro de las cuales, se eligieron tres tesis con relación al tema de esta investigación.

Inicialmente se encontró la Tesis de Freire (2015) llamada: Estudio de la programación de radio Cómplice 99.7 (FM) en Cuenca. El estudio arroja en los primeros tres meses del 2015; propuestas de nuevos modelos y contenidos para mejoramiento de su programación” perteneciente a Adrián Vicente Freire, estudiante de la Universidad de Cuenca en Ecuador.

La elección de esta tesis se debe a que basó en el análisis de la programación de la radioemisora Cómplice, por medio de encuestas realizadas a una muestra de los oyentes de la emisora, se hizo un escrutinio de la programación y monitoreo de la misma para obtener los resultados requeridos para así proponer una nueva parrilla de programación y contenido.

En la parrilla de programación de Radio Cómplice se observan diariamente tres espacios destinados a la transmisión de noticias, así como en la propuesta de programación realizada por el señor Freire.

Se observa que no existe un cambio considerable con respecto a la cantidad de espacio destinado a los noticieros, esta se mantiene, pero hace la recomendación con respecto al tipo de información que se brinda, colocando mayor énfasis a las noticias locales, nacionales, internacionales y deportivas, respectivamente, además de entrevistas sobre temas de interés público.

Entre sus entrevistados, el 50% de ellos mencionó preferir la emisora debido a su música y en segundo lugar por su información noticiosa y menciona que dicha encuesta dio como

resultado la sugerencia de ampliar la segunda edición de noticias correspondiente al medio día. (p. 164)

Otro estudio que se encontró fue la tesis de Rodríguez (2016): "La evolución de la radio y la influencia de las nuevas tecnologías en la comunicación entre locutor y oyente." realizada por Ana Sofía Rodríguez Zepeda, estudiante de Universidad Rafael Landívar, en Guatemala. Esta investigación data del año 2016.

Este estudio plantea, debido que a la inclusión de la tecnología en la radio la interacción entre el locutor y los radioescuchas ha cambiado, menciona, entre sus encuestados de mayor edad, su forma predilecta para comunicarse con el locutor es a través del teléfono de la cabina, mientras que los más jóvenes prefieren el uso de redes sociales como Twitter, Facebook y por último Instagram, siendo este orden de preferencia.

Hace alusión a los diferentes públicos, catalogándolos como: los que cambian de estación cada 5 minutos, el fan, el oyente de estilo variado y menciona que su participación está estrechamente relacionada con el estado de ánimo del oyente. (p 56 - 58.)

Para finalizar con las investigaciones internacionales, la tesis perteneciente a Martínez (2017) que muestra la: Evolución de la participación de los oyentes en la programación de radio: el caso de Radio Nacional de España, 2004-2014, realizada por Manuel Martínez, para la Universidad Carlos III de Madrid, España, quien tiene una carrera de más de veinte años en la radio y a quien precisamente este estudio le tomó más de cinco años en completarlo.

Después de un exhaustivo análisis de contenido, entrevistas a profundidad y otras herramientas concluyó que la participación directa de los oyentes en Radio Nacional de España no se ha modificado durante la década de estudio, por otra parte, a pesar de la inclusión de redes sociales estas no presentan un aumento en la participación de los radioescuchas, simplemente hace que los mensajes enviados a la emisora lleguen instantáneamente; sin embargo, influye en que su contenido sea más breve y difícil de profundizar.

Con respecto a la preferencia de contenido de los radioescuchas, los temas relacionados al entretenimiento o a temas personales presentan más participación que los temas de política nacional o economía.

Tesis Nacionales.

En el ámbito nacional se encontró la tesis del estudiante Mariano Arias, de la Universidad Internacional de la Américas, Arias (2014): “Radio Monumental apuesta a las aplicaciones móviles para subsistir en un mundo que se informa menos a través de la radio”

Esta investigación se utilizó debido a que su estudio se basó directamente en la misma emisora a la cual se hace referencia en esta indagación y muestra como Radio Monumental realizó cambios tecnológicos significativos para mantenerse vigente en el mercado costarricense ya que las nuevas generaciones prefieren informarse por medio de medios digitales y no sintonizando la emisora en la frecuencia 93,5 fm.

Esta tesis analiza la aplicación móvil de Radio Monumental para capturar un nuevo mercado, específicamente a jóvenes radioescuchas quienes prefieren utilizar dispositivos digitales como los smartphones o tabletas para informarse.

La investigación concluye que las nuevas generaciones prefieren informarse de manera ágil, por lo cual no lo hacen por medio del uso de internet también se encontraron importantes hallazgos en que se afirma que el 50% de sus encuestados que utilizaban las redes sociales de Radio Monumental, no se re-direccionaron a sintonizar la emisora. El estudio sobre la aplicación no rindió frutos debido al corto tiempo desde el lanzamiento del app hasta la fecha de la investigación pero como anteriormente se mencionó se refiere a la preferencia de los nuevos radioescuchas. (p 118-121)

Se utilizó además, la tesis de Yensie Zapata (2014) estudiante de licenciatura con énfasis en Producción Radiofónica de la UIA: “Teletica Radio: Una propuesta para ir más allá de la información” La cual hace referencia a una programación completa de una radioemisora a partir del contenido de Televisora de Costa Rica y la perspectiva del público. Planteando como resultado, la preferencia de la audiencia en informarse por medio de la televisión y no por la

radio; a pesar de esto, más del 65% de sus entrevistados reconocieron que sí escucharían la emisora y su contenido periodístico.

Dentro de sus conclusiones, hace mención a que la radio en Costa Rica se mantiene a pesar de la inclusión de las nuevas tendencias tecnológicas. (p. 110-111)

Además, se incluyó la Tesis de Arias (2014) llamada: “Diseño de una ciberradio para la casa de las Artes Literarias Carmen Naranjo” realizada por la alumna Ángela Arias, quien en su estudio comenta la facilidad a nivel tecnológico, sin necesidad de una frecuencia para establecer una emisora por medio de la internet y el bajo costo comparado con la radio tradicional.

Esta ciberradio pretende acompañar al Colegio de Costa Rica para fomentar el gusto por la lectura y también dar un espacio para los amantes de la literatura. En este estudio se detalla la parrilla de programación de la ciberradio y explicación del contenido. (p.125,216)

Esta investigación es utilizada en este estudio con el objetivo de visualizar la creación de una parrilla de programación radiofónica, esquema, posibles programas, entre otras.

Finalizando con las tesis nacionales relacionadas con el tema planteado al inicio de este trabajo, se encontró la Tesis de Diana Zúñiga (2016): “Un acercamiento a la radio costarricense: Perfiles, rutinas de trabajo y herramientas tecnológicas en el periodismo radiofónico de Radio Monumental y ADN Radio.”

Zúñiga (2016) explica que las emisoras en estudio presentan un cambio en la dinámica radiofónica, esto debido a la inclusión del internet, específicamente se refiere a la utilización de la plataforma web y el uso de redes sociales, destacando la retroalimentación que reciben por parte de sus radioescuchas donde muchas veces se vuelven una fuente. (p. 85)

Menciona además, el nuevo reto de los periodistas radiofónicos a demás de cumplir con su labor deben ser multidisciplinarios para poder informar no solo para radio, sino que también producir material digital. Cabe recordar que, para efectos de esta investigación del año 2018, que Radio ADN de Grupo Nación, finalizó su transmisión el 30 de abril del 2015.

La investigación anteriormente mencionada se incluyó debido a que investigó directamente a la emisora objetivo de este estudio.

Proyecciones

Para esta investigación se realizará un análisis profundo sobre la programación de Radio Monumental con respecto al año 2014 y 2017, también se analizará el espacio que se le destina al periodismo radiofónico, contrastándolo con los datos de rating que se presentan por parte de encuestadoras nacionales de alta credibilidad y prestigio en el país, para los mismos años en estudio. Esta indagación se desarrollará durante el primer cuatrimestre del 2018.

Una vez recopilada la información, esta se compara para determinar si el espacio destinado a la producción y transmisión de programas noticiosos en Radio Monumental ha aumentado con el pasar del tiempo o, caso contrario, ha disminuido.

Otro resultado esperado es encontrar un cambio sobre los diseños de cada uno de los espacios dedicados al periodismo radiofónico en Radio Monumental del año 2014 y el 2017 y cómo repercuten directamente en el espacio destinado al periodismo radiofónico, el cual se traduce en puestos de trabajo para los periodistas.

Se pretende descubrir la percepción de los comunicadores colegiados del Colegio de Periodistas de Costa Rica, con respecto al cambio de programación destinada al periodismo radiofónico en Radio Monumental durante el mismo periodo y, finalmente, proponer iniciativas que prolonguen los espacios destinados al periodismo radiofónico dentro de la programación de Radio Monumental.

Además, mediante sistematización de los datos de la investigación se brindará a los estudiantes de periodismo en general y estudiantes especializados en periodismo radiofónico, información sobre los espacios de periodismo radiofónico de noticias, que posea la radio para que quede de manifiesto la relación que tiene con los puestos de trabajo así como a los nuevos retos que debe afrontar el periodista.

En el próximo capítulo se detalla el marco de referencia, con la finalidad de brindar información de otros estudios, académicos y teóricos para así comprender el contexto y panorama general de esta investigación.

CAPÍTULO II MARCO REFERENCIAL

La presente tesis analiza la programación de Radio Monumental en el año 2014 y el 2017 respectivamente para que de esta manera se determinen los cambios sustanciales que se han producido con respecto al espacio destinado al periodístico radiofónico y La audiencia de dicha emisora.

Por tal razón se abordará este tema partiendo de documentos, libros, investigaciones, teorías y conceptos de la comunicación relevantes para esta investigación, y así brindar una mayor comprensión del problema que se examina.

A lo largo de este capítulo se encontrará una recopilación de documentos los cuales formarán el marco de referencia de esta investigación, que de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014) define el desarrollo de la perspectiva teórica como: "...exponer y analizar las teorías, las conceptualizaciones, las investigaciones previas y los antecedentes en general que se consideren válidos para encuadrar el estudio" (p. 60).

En este capítulo es de suma importancia la inclusión de teorías para que otorguen un marco teórico amparado y nutrido de estudios para que conformen una comprensión más accesible a quienes se interesen por esta investigación.

Por otra parte, Barrantes menciona que en este apartado se desarrolla teorías que sustentan la investigación, así como estudios anteriores relacionados. (Barrantes, 2016, p. 346)

Por tal razón, se darán a conocer los conceptos sobre la radio en general, de esta manera será más sencilla la comprensión de los lectores durante el desarrollo de esta investigación.

La radio o la radiodifusión

La radio es mucho más que ese artefacto de fácil acceso para las generaciones actuales, ya está incluida naturalmente dentro del panorama cotidiano, lo encontramos en la casa, lugares de trabajo o medios de transporte; la radio crea cercanía, acompaña, informa, divierte y más, tan solo valiéndose del sonido.

Según Álvarez (2016): La radio apela a un sólo sentido, el de la audición. El oído recoge el sonido procedente de cualquier dirección, no importa si viene de arriba, de abajo o de atrás, tampoco si estamos sentados, parados o acostados... siempre estamos obligados a responder al sonido. Y es la capacidad de oír la que nos mantiene en contacto con el resto de la sociedad de manera más natural. (p.12)

Ya que la radio solamente compromete el oído, existen varios distractores visuales que pueden interrumpir la atención de radioescucha, pero si se logra captar la atención completa del oyente, solo el uso del oído le permite imaginar desde lo simple hasta lo más creativo. Por dicha razón, es importante mantener la atención del radioescucha y a la vez enviarle un mensaje claro y fácil de imaginar.

Al utilizar solamente el sonido, este debe ser entendido por el receptor o radioescucha, la palabra hablada, es decir la comunicación oral, por tal razón, el mensaje hablado debe ser compartido entre personas que comparten o comprenden la misma lengua. (Álvarez, 2016, p.13)

La radio permite la utilización del sentido del oído para escuchar y recibir un mensaje, el radioescucha por su parte es el encargado de imaginar, crear o visualizar dicho mensaje sonoro y procesarlo, por estas características tan específicas es que la radio tiene que valerse de estrategias para ofrecerle al radioescucha un plus valor como la: calidad en el mensaje.

La palabra radio se desprende de “radiodifusión, esta consiste en la transmisión a distancia del sonido, donde el aire es utilizado como canal y las ondas electromagnéticas son usadas como soporte de la voz humana o de la música; estos en forma de programas, están al alcance de un número ilimitado de oyentes. (Baena, 2014. p. 55).

El descubrimiento de las ondas hertzianas fueron los primeros pasos hasta la invención de la radio, como se describió en el capítulo anterior, en el apartado llamado: Historia de la radio, fue en el año 1888 que, gracias a este descubrimiento de Heinrich Hertz y varios intentos de otros científicos por transmitir la voz sin hilos, se llega a lo que hoy conocemos como la radio.

La invención de la radio se le atribuye a Guillermo Marconi en 1901, fue él quien consiguió emitir desde Europa una señal que fue captada en el Atlántico. Posteriormente, otros científicos fueron perfeccionando los sistemas de transmisión, llevando la voz humana a grandes

distancias sin necesidad de conductores. Gracias a la invención de la radio, la voz y la información llegaron a lugares donde ningún otro medio lo había conseguido.

Se encontró en varios documentos y artículos académicos diferencias con respecto a la primera o primeras transmisiones radiofónicas, Docampo (2000) menciona que: “la primera estación que logró difundir un programa en radiotelefonía fue la instalada por Reginald A. Fessenden en Brant Park, Massachusettes, el 24 de diciembre del 1906.” (p.9)

Sin lugar a duda, estas primeras transmisiones dieron paso a nuevos hallazgos y descubrimientos sobre el funcionamiento de la radio, se utilizaron nuevas técnicas y herramientas que fueron perfeccionándolas hasta 1920.

Baena (2014) hace referencia a que: “Las primeras transmisiones públicas fueron llevadas a cabo en 1920, desde Chelmsford (Gran Bretaña), por iniciativa de la compañía inglesa creada por Marconi.” (p. 56).

Esto demuestra que a partir de 1920 las transmisiones radiofónicas dejan de ser exclusivas para pequeños grupos a ser utilizadas de forma pública.

Desde su invención, la radio se utiliza para transmitir información, ya sea noticiosa y relevante para un país o de entretenimiento, desde asuntos de guerra hasta natalicios de los miembros más destacados de un pueblo, lo que nunca cambia es que lleva consigo un mensaje de peso el cual es aceptado por el radioescucha.

Inicialmente, la radio se utilizó para comunicar avisos de guerra, según Bonet et al. (2016): “La historia de los medios, por su parte, cuenta que la radio no nació como medio de comunicación de masas, sino punto a punto y pensando en usos militares y comerciales, así lo relata, detalladamente y con acierto, Patrice Flichy (1982), entre otros estudiosos.” (p. 13)

A pesar de que su fin era comercial y militar, la radio ha logrado transmitir más que malas o buenas noticias y comerciales de marcas; la radio acompaña, educa, entretiene y hasta logra evocar sentimientos de quienes la escucharon.

A lo largo de este capítulo se documentarán hechos relevantes en la historia de la radio en el mundo, demostrando su uso en diferentes ambientes y contextos.

Tal es el caso de Benjamín Walter de quien existen registros de sus producciones radiofónicas, desde 1927 hasta principios de 1933, él escribió y pronunció entre ochenta y noventa cuentos a través de radio Berlín y radio Fráncfort en Alemania. Estas emisiones eran producciones para niños durante una época de rápida transformación en Berlín, sus cuentos acompañaban y entretenían a los más pequeños. (Rosenthal, 2015, p. 7)

Esto demuestra que la radio no solo ha sido utilizada para lo que inicialmente se creó, el ingenio y la pasión por comunicar algo que va más allá que los avisos de guerra, llevó a la radio a otras dimensiones, a lo que hoy conocemos de ella.

Desde la implementación de la radio a finales del siglo XIX, la radio no deja de ser uno de los principales protagonistas dentro los diferentes medios de comunicación, caracterizándose por el impacto que causa en la sociedad. Hoy, sigue siendo uno de los inventos más trascendentales en el mundo y en el desarrollo de la comunicación humana.

A continuación, conoceremos cómo pasó de ser un artefacto poco usual, a ser escuchado por millones de personas en el mundo.

La radio como medio masivo

La palabra “masivo” se refiere a la pérdida del individualismo; y es a partir de la década de los treinta, que la radio por su expansión por el mundo cobra vital importancia en cuanto a la emisión de mensajes e información. (Diccionario de la Real Academia Española, 2018. párr.1)

Como se describió en el apartado anterior, la invención de la radio gracias a Marconi, fue en 1901, seis años después se registra la primera transmisión de un programa en radiotelefonía, en 1920 se registra la primera transmisión pública; diez años después, la radio se había apoderado del mundo.

En 1937 se registra el punto culminante en la historia de la radio, el 30 de octubre de 1938, lo marcaría Orson Wells cuando dirigió la versión para radio de la Guerra de los Mundos, una novela escrita en 1898 por H.G. Wells. Alrededor de las ocho de la tarde, en un estudio de la

Columbia Broadcasting (CBS) en Nueva York, transmitió a 12 millones de personas, la versión con tal veracidad y dramatismo que dichos radioescuchas creyeron estar siendo invadidos por extraterrestres, generando pánico colectivo. (Santos, 2013. párr. 1-4).

Y es, hasta este momento, cuando un nuevo campo de investigación, estudia no solo a los medios masivos de comunicación y facilidad para manipular la sociedad, sino crear estrategias a partir de estudios de mercados de las audiencias.

La credibilidad de las masas y el dominio que esta podía ejercer sobre la población fue notorio en este punto de la historia, esto abrió paso a la visualización de un próspero negocio, no solo por la radio como medio para informar sino como un medio para la manipulación. La proliferación de radioemisoras no se hizo esperar.

La radio pasó a ser un referente a nivel mundial, su número de escuchas aumentaba; entre 1950 y 1975 los programas de radio se triplicaron, según Baena (2014): “En 1973, de los 187 países del mundo, sólo había tres que no disponían de sistemas de radiodifusión nacional (Buthan, Lichtenstein y San Marino). En 1976, se utilizaban alrededor de mil millones de aparatos receptores en el mundo.” (p. 56).

Para 1975, la radio dominaba en el mundo; hoy, después de más de 100 años la radio sigue siendo objeto de estudio y cada vez estas investigaciones son más especializadas, es una de las industrias más poderosas del mundo y mueve económicamente millonarias sumas de dinero.

Amplitud Modulada y Frecuencia Modulada (AM/FM)

Cuando se menciona la palabra radio, se debe incluir una serie de elementos que en conjunto da como resultado el sonido emitido a través de un artefacto o dispositivo electrónico, pero para poder obtener ese resultado se necesita de mucho material humano y tecnológico.

Para lograr entender cómo se obtiene como resultado la radio que se escucha en cualquier receptor, es necesario conocer el término de “espectro de radio” el cual, según Bonet, Ala-Fossi Albújar, Crusafon, Fernández, García, Guimerá y Pujol (2016) es: “El espectro radioeléctrico es la

parte del espectro electromagnético situado aproximadamente, entre los 3 KHz y los 300 GHz y es la parte más utilizada para las telecomunicaciones inalámbricas.” (p. 57).

El espectro de radio también se conoce como “frecuencia” y esta es necesaria para poder transmitir, cada radioemisora en el mundo cuenta con una frecuencia, esta le permite emitir su señal a todos los oyentes que sintonicen esa frecuencia. Estas frecuencias pueden estar ubicadas en la banda de AM (amplitud modulada) o en el FM (frecuencia modulada).

Según Bonet et al. (2016) existe la:

- Radiodifusión sonora en ondas cortas (SW), ondas medias (OM o MW) y ondas largas (LW).

La tecnología AM sigue vigente hoy en día y se utiliza para la mayoría de transmisiones en onda corta (*short wave*, SW u OC), onda media (*medium wave*, MW u OM) y onda larga (*long wave*, LW u OL). De las tres bandas de frecuencia, en términos de radiodifusión masiva, la más utilizada es la onda media.

- Radiodifusión sonora en frecuencia modulada, FM. La modulación de frecuencia permite la transmisión de información basándose en el uso de una portadora (una señal) y en pequeñas variaciones en su frecuencia (no en su forma), siendo un sistema más robusto frente al ruido. El ancho de banda de una emisión FM es de unos 200 KHz (veinte veces más que la AM), con lo que la capacidad es suficiente para ofrecer una calidad de audio aceptable. La banda de frecuencias atribuida a las emisiones de FM va de los 87,5 a los 108,0 MHz (20,5 MHz de espectro dedicado). (pp. 61-62).

En Costa Rica existen emisoras tanto en la banda AM como en el FM, pero por la geografía montañosa del país, las radioemisoras locales utilizan la onda corta o media, mientras que las emisoras más grandes que dan cobertura a nivel nacional utilizan la banda FM. (Hernández, 2018, Entrevista personal)

Después de entender las bandas AM y FM es importante conocer la radio en cuanto a ventajas y desventajas, así como su contenido.

Características de la radio

La radio es uno de los medios más nobles entre todos los medios de comunicación, cuenta con una serie de características que la hace única, estas dan a la radio ventajas por encima de los demás y aunque también posee áreas de oportunidad, la inclusión de las nuevas tecnologías y el internet han logrado romper la barrera unisensorial de la radio.

Unas de las características principales es la inmediatez, instantaneidad y simultaneidad ya que es el medio que tiene mayor rapidez para transmitir la información, el tiempo que transcurre entre la emisión de la voz y la recepción de la misma es mínima, la información llega de inmediato y a muchas personas al mismo tiempo.

Según Sanguinetti, Álvarez, Arias (2016) puntualizan las características radiofónicas de la siguiente manera:

Inmediatez: Explican que el tiempo que transcurre entre la emisión de la voz y la recepción de la misma es prácticamente nulo, el mensaje llega de forma inmediata. Esta condición supone la eliminación del factor tiempo y otorga al medio la mayor rapidez en la transmisión de datos.

Simultaneidad: Los autores mencionan que la radio posibilita llegar a muchas personas al mismo tiempo.

Instantaneidad: Consiste en que el mensaje llega al oyente en el mismo momento en que se emite.

Largo alcance: Los autores explican que una radioemisora puede cubrir un amplio espacio territorial.

Bajo costo: El costo para el receptor u oyente es el más económico, en comparación con otros medios de comunicación.

Acceso directo: el mensaje llega al oyente sin que este tenga que desplazarse, ingresando directamente al hogar, la oficina, el automóvil, etc.

Unisensorialidad: la radio se vale de un solo y único sentido, el oído. Esto puede llevar a la fatiga del oyente por contar con una única fuente de estímulo, el sonido, provocando sensaciones de monotonía y aburrimiento; además puede contribuir a la distracción porque al estimularse un solo sentido la concentración del oyente puede perderse, sobre todo ante otros estímulos.

Ausencia de interlocutor (unidireccionalidad): en radio el interlocutor está del otro lado del receptor, no puede intervenir. Más allá de las posibilidades de participación que presenta la radio, no creemos, que se produzca feedback ya que si bien la participación de los oyentes puede generar una retro-alimentación en la comunicación, ésta no puede ser mantenida en el tiempo. No podemos hablar de que se genere algo similar a un diálogo.

Sencillez en la estructura gramatical: los textos para programas radiofónicos se deben escribir pensando que van a ser escuchados y no leídos, por lo que se debe evitar la utilización excesiva de oraciones subordinadas y expresiones superfluas que atentan contra la claridad del mensaje, confundiendo al oyente. Teniendo en cuenta estas características, se puede lograr que el mensaje radiofónico sea considerado eficaz a la hora de su transmisión. (Sanguinetti, Álvarez y Arias, 2016.p.14)

La radio como un medio aislado posee las mismas características, pero algunas de estas se ven modificadas cuando la radio se acompaña de la tecnología. Las plataformas digitales, se han convertido en aliadas de los medios de comunicación como la radio, apoyando áreas en desventaja y funcionando como cajas de resonancia a través de redes sociales, sitios web y canales de televisión convencionales, logrando así que la unisensorialidad y unidireccionalidad se vean modificadas.

La programación radiofónica

A pesar que muchas emisoras tienen un perfil o estilo similar, no todas las radioemisoras son iguales, estas se diferenciarán por la programación ya que le permite crear una identidad propia. Cada emisora ofrece a sus oyentes una programación que la caracteriza de las demás

gracias a sus diferentes programas, por tanto, cuando se habla de contenido radiofónico o del conjunto de programas de una emisora, se refiere a la programación.

Es importante definir que la programación es, según Sanguinetti et al. (2016): “el conjunto global de mensajes que emite una emisora. A través de éstos se construyen diferentes tipos de relaciones entre emisores y receptores.” (p. 55).

Entonces, puede entenderse que los programas que transmite una radioemisora cumplen con una línea de identidad y objetivos de la emisora, los cuales al ser “consumidos” por el oyente este reconoce ese mensaje global y si es de su agrado se crea un vínculo entre el oyente y la radioemisora.

Por esta razón la producción de programas no es una tarea sencilla, de acuerdo con Martí (2016):

En radio no resulta fácil inventar nuevos formatos ni existe una fórmula mágica que se pueda aplicar a discreción; lo que sí existe son diferentes métodos para intentarlo. Uno de ellos es hacer benchmarking, escuchar la radio que hacen los otros (tanto la buena, para descubrir cosas que nos motiven, como la mala, para evitar equivocarnos). (p. 43).

A partir del momento en que una nueva emisora nace, esta viene totalmente ideada y estratégicamente planificada por un equipo de profesionales en la materia, quienes desde sus cimientos trabajan para lograr un producto exitoso, pensando no solo en el nombre; el slogan, sino en su tipo de público, música, programas, producción, ventas, posición que desean alcanzar; por ello, cada detalle es meticulosamente planeado para lograr el éxito de la emisora. (Viquez, 2018. Entrevista personal).

Cada uno de los programas de una emisora son los que conforman la programación; se podría decir que es la columna vertebral de la emisora, estos programas cuentan con un nombre que los identifica, mantiene el mismo o mismos locutores, su estilo de contenido no varía, siempre mantiene un horario fijo dentro de la parrilla de programación y cuenta con una producción que identifica a ese programa, manteniendo siempre la identidad de la radioemisora.

La parrilla de programación es el documento donde se ve reflejada la programación general de la emisora, muestra en forma cronológica la posición diaria, semanal o mensual de cada uno de los programas de la emisora.

Modelos de programación radiofónica.

Los programas están ideados por los especialistas en producción y programación de radio para ofrecer un contenido que sea de interés para su audiencia, desde el momento en que se planea la creación de un nuevo programa este debe establecer el género o formato a utilizar, así como la cantidad de minutos al aire y periodicidad que vaya a tener. El conjunto de todos esos programas conforman la parrilla de programación.

Cada emisora o cadena de radios organiza su programación conforme a varios modelos de programación, en Costa Rica, los dos modelos que más se utilizan son el generalista y especializada o el mosaico, por bloques y en continuidad, los cuales según Sanguinetti et al. (2016) se definen como:

Generalista y especializada: se relacionan directamente con los tipos de radio. La primera se caracteriza por exponer contenidos variados, la restante, como su nombre lo indica se especializa en emisiones dedicadas exclusivamente a un área temática definida.

Mosaico, por bloques y en continuidad (responden al tipo de estructura). El primer tipo se caracteriza por contener programas de corta duración, sin ninguna relación entre ellos, la programación se asemeja a un conjunto de mosaicos que forma la estructura total. En el caso de la programación por bloques la temática excede los límites del micro-espacio particulares y gracias a diferentes recursos se imprime una unidad de coherencia y lógica a lo largo del conjunto global. La programación en continuidad se destaca por efectuar un seguimiento permanente de la temática expuesta, se aplica de manera especial a emisoras dedicadas a la difusión de información. (pp. 57-58).

Los programas de radio pueden variar no solo a manera de contenido sino también en cuanto a emisión o frecuencia de programa. Según Barboza (2018): las emisiones de un programa representan la cantidad de veces que se emite un programa durante un mismo día y la

frecuencia se refiere a la cantidad de veces que se trasmite un programa a la semana, al mes o al año, no hay una fórmula perfecta, cada programador elige cuántas emisiones o frecuencia le da a un programa, depende de muchos factores desde el tiempo, producción y economía... (Barboza, 2018, Entrevista personal)

Para ejemplificar lo anteriormente mencionado por Barboza, una radioemisora de informativa puede transmitir tres noticieros al día, uno durante la mañana, otro por la tarde y la emisión nocturna, durante todos los días, lo que quiere decir que el programa de noticias tiene 3 emisiones al día y una frecuencia diaria.

Existen otros modelos como los de temporada, los semanales, estrategia de cadena y por destinatarios, pero para efectos de esta investigación es válido señalar que la programación de Radio Monumental está elaborada bajo el modelo de programación en continuidad, debido a que su programación está dirigida a la información noticiosa.

Diseños de programas y el periodismo radiofónico

En las radioemisoras pueden existir programas con algún tipo de formato radiofónico o bien que corresponda a algún género radiofónico, lo importante es que cada programa gire en torno al eje principal de la emisora. Por consiguiente, una radioemisora puede tener diseños que sean referentes a un género o formato radiofónico.

Los géneros radiofónicos se refieren a diseños ya estructurados que clasifican los tipos de programas de radio, los géneros radiofónicos son, según Zapata (2018):

Informativo:

Se caracteriza por la actualidad, a través del abordaje de las noticias del día, resúmenes locales, provinciales, nacionales e internacionales, temas de agenda periodística relevante del momento, novedades, etc. Dentro de este género se encuentran: a) el Flash informativo, que hace un pequeño adelanto de la noticia; b) el Avance, el cual hace un adelanto de la noticia, pero es más elaborado que el flash informativo; c) el Boletín que tiene una duración de 3 minutos y recopila las noticias más destacadas; d) el

Noticiero que es el programa por excelencia del género informativo regularmente tiene una duración de más de 30 minutos y cuenta con varias ediciones al día.

Opinión:

Su fin es producir una argumentación sobre un tema determinado, manifestando una posición propia del medio o de quien la emite, claramente desde un rol subjetivo, personal o institucional. Los diseños del género opinión son: a) la Crónica que relata un hecho de manera cronológica; b) el Comentario, donde se da la opinión de los locutores; c) Editorial, es la opinión del Director de la radio y del Reportaje, el cual es una investigación más a profundidad y tiene mayor extensión.

Dramático:

Es el género de ficción, donde se juega el talento para la narración, la construcción de situaciones, personajes y conflictos, a través de relatos diversos. Este género comprende a) las personificaciones y b) los sketch, propios de los programas de humor o radionovelas.

Musical:

Es un tipo de programa donde la música es protagonista y quienes lo llevan adelante orientan los contenidos en función de artistas, géneros, estilos, historias de vida, ranking, etc. (pp. 4-16)

Para esta investigación se establece a partir de la confirmación de que Radio Monumental cuenta con varios programas que corresponden a los géneros anteriormente mencionados, como el género informativo y de opinión, refiriéndose puntualmente a programas de estilo periodístico, pero cuenta con diseños de programas a los que se les llama formatos. De acuerdo con Zapata (2018): “Cuando hablamos de formatos, nos referimos al tipo de producción específica en la que se subdividen los géneros.” (p. 5).

Es decir, los programas con formatos son híbridos, que fusionan características de dos o más géneros radiofónicos. Es usual que en la mayoría de los programas radiales costarricenses se encuentre los formatos como el estilo más utilizado.

En la actualidad, la mayor parte de las radioemisoras corresponden al tipo de programación del género musical pero dentro de estas existen programas con formatos distintos que combinan con la entrevista, informativos, humor y otros géneros, en algunas ocasiones se mezclan dos géneros y en otras tres y hasta más.

La audiencia

La radio pasó de ser un medio experimental para transmitir información y música a ser una empresa consolidada, un gran negocio, un poderoso medio de comunicación que mueve audiencias.

Las radioemisoras son empresas o compañías que se dedican al negocio de la radiodifusión, y como negocio este se basa en recibir una retribución económica a cambio de su servicio, la forma de negocio de las radioemisoras es por medio de la publicidad, y para lograr que las agencias publicitarias o clientes pauten en una emisora esta deberá tener una muy audiencia o la audiencia que les interesa.

Según Madrigal (2018): Como la mayoría de proyectos, las radioemisoras son un negocio y como todo buen negocio deben generar dinero. Las ganancias de una emisora se logran a partir de la publicidad, las marcas comerciales o agencias de publicidad utilizan a las emisoras que se ajusten a su producto... pero que a la vez tengan mayor audiencia, así su producto (o servicio) tiene más posibilidad de ser escuchado. Por tal motivo, es importante para las emisoras tener la mayor cantidad de radioescuchas o audiencia. (Madrigal, 2018. Entrevista personal)

Se encuentran varias definiciones para referirse a la audiencia radiofónica, Sanguinetti et al. (2016) menciona que: "...es una noción, una abstracción, un concepto, un modo de designar a un conjunto de personas a partir de una característica común: ser oyentes. La audiencia es sin dudas algo más que la suma de los oyentes." (p. 65).

Es decir, es la cantidad o número de escuchas que sintonizan frecuentemente una radioemisora y que esa audiencia no quiere decir que sea homogénea, pero comparten varias características similares.

Esta audiencia es necesaria para la radio en general (programadores, productores, gerentes, mercadeo) así también como para los publicistas ya que les brinda la información necesaria sobre el posicionamiento de la emisora, y también poder conocer los gustos y opinión de sus oyentes. De acuerdo con García (2015):

Tanto para los comunicadores, publicistas o productores como para los responsables de los medios, el conocimiento de la audiencia obviamente es una herramienta esencial: con la información que recogen, toman decisiones con fines creativos, presupuestarios, comerciales y de planificación. En cierto modo, los medios no se dedican al negocio del entretenimiento, la publicidad, la ficción o la información, sino que operan en el «negocio de las audiencias». (pp. 177-178).

Como se ha descrito a lo largo de este marco, desde los años veinte con la aparición de la radio y su rápida proliferación, existen investigaciones no solo sobre las teorías de la comunicación sino también de estudios que tratan de clasificar estas audiencias, para conocer sus hábitos, su forma de consumo, los cuales por lo general se realizan a través del instrumento de la encuesta.

Existen empresas que se dedican a estudiar estas audiencias y proporcionan información clave sobre el consumo de medios, los cuales le permiten a los interesados en comercializar o utilizar la radio para colocar su publicidad a tener datos numéricos exactos. La especialización en esta área ha permitido encontrar diferentes audiencias dentro de una misma audiencia.

Para esa época la recolección de la información sobre las audiencias era engorrosa, pero es a partir de la década de los noventa con el auge del internet se logran realizar estas encuestas y el análisis de los mismos de una manera rápida y sencilla.

En Costa Rica una de las empresas que se dedican a medir la audiencia es IPSOS para las radioemisoras, esta empresa se encarga de realizar una encuesta, llamada Estudio General de Medios, a una muestra de población de radioescuchas, que fue previamente elegida y a partir de una fórmula matemática es proyectada a un universo total de Costa Rica que escucha radio, de esta forma las encuestas pueden determinar la cantidad de individuos que escuchan determinada emisora o programa.

IPSOS entrega cada tres meses un estudio u oleada del rating de las emisoras en general, colocándola por puestos y entrega un desglose a cada emisora sobre el rating de sus programas y características de su audiencia. (Viquez, 2018. Entrevista personal).

El Estudio General de Medios (EGM) de IPSOS muestra la audiencia de la emisora, colocando en una tabla de posiciones con respecto a las emisoras más escuchadas del país, además se puede verificar el rating de cada franja horaria por separado y conocer el perfil de la audiencia, tanto por sexo, edad, nivel socioeconómico y otros factores que son tomados en cuenta. (Madrigal, 2018. Entrevista personal)

Definir una audiencia no es una tarea sencilla, ya que esta es cambiante, como lo menciona la cita de Sanguinetti, es una noción, una abstracción, un concepto, que se le da a los radioescuchas. Las audiencias cambian constantemente por que los radioescuchas cambian, de gustos, crecen, cambian su rutina de vida, lo que da pie a que se realicen estudios constantes de la audiencia.

Las franjas horarias

En el apartado anterior se hace referencia a las franjas horarias en una emisora, ya que son una variable a investigar en este estudio, razón por la que es importantes saber más al respecto.

Según Hernández (2018) las franjas horarias son: Las medias horas o las horas de programación según se quiera ver, es importante destacar que la parrilla de programación está hecha con base en las franjas horarias... la audiencia se comporta de manera diferente según las franjas y de ahí es donde se saca el “prime time” por ejemplo, en la mañanas tienden a subir, al medio día bajan, a las 5 de la tarde vuelve a subir y después de las 8 (de la noche) caen y las madrugadas casi no tiene movimiento. (Hernández, 2018. Entrevista personal)

Por lo anteriormente expuesto se entiende que las franjas horarias son los espacios de tiempo utilizados durante la transmisión de un programa, existen franjas que naturalmente van a tener más audiencia debido al comportamiento de la misma y otras que no.

Storytelling en el periodismo

Antes de iniciar con este apartado es importante señalar que no se encontró suficiente información académica o teórica con respecto al storytelling en el periodismo, así que se rescataron algunas definiciones de esta técnica en general.

Storytelling traducido al español significa “contar una historia” este término está directamente relacionado con la publicidad.

Según Villalobos (2018) menciona que: El storytelling en realidad no nació en el periodismo, nació en la publicidad y de hecho hay mucha publicidad que se maneja con Storytelling, como el anuncio de Johnnie Walker y ahora esta famosa campaña del caminante, que al final lo que vemos es una historia que se va desarrollando, entonces es una técnica desarrollada por la publicidad que es el arte de contar historias (Villalobos, 2018. Entrevista personal)

En el mundo de la publicidad, las marcas llevan décadas “contando historias” acerca de las cualidades de los productos que ofrecen; su historia debe ser creíble para que las personas que ven el anuncio se conviertan en consumidores, pero en el ámbito del periodismo es mucho más complicado de aplicar.

Carrera, Limón, Herrero y Sainz de Baranda (2013) mencionan que: “La noción de storytelling transmedia, ha estado usualmente asociada al relato de ficción, y su utilización en el relato informativo ha sido escasamente estudiada. Lo cual hace todavía más perentoria la reflexión y el análisis en profundidad sobre su variante periodística.” (p. 353)

Esta técnica, como lo mencionan los anteriores autores, lanza un reto a los comunicadores sobre cómo narrar una historia (hecho), ya que en el periodismo existen reglas y estructuras con respecto a la realización de una nota informativa.

Por otra parte, Carrera, et al. (2013) agregan que: El periodista necesita comunicar a su público esa información que se supone relevante. Para ello organiza su discurso de un determinado modo y recurre a diversos sistemas de signos: la palabra hablada, la palabra escrita, la imagen, el vídeo, la infografía... y a diferentes formas y medios que le permiten

distribuir su mensaje. Lo que tradicionalmente había sido una difusión compartimentada del mensaje informativo, dividida entre distintos géneros y distintos medios, se convierte ahora en una forma de relato continuo... (p. 354)

Según lo anteriormente expuesto por los autores, este reto representa aún más dificultad para el periodismo radiofónico, pues se limita a utilizar solamente la palabra hablada y que el relato periodístico ha dejado de ser un producto cerrado, para pasar a ser un sistema integrado de mensajes de distinta naturaleza en continua transformación. Es decir, hemos pasado de la narración lineal y discreta, al relato. (Carrera, et al, 2013, p. 355)

Utilización de las teorías

Las investigaciones que indagan los efectos cognitivos de la comunicación iniciaron a partir de la década de los setenta, esto debido a que para ese entonces la radio contaba con más de mil millones de aparatos receptores en el mundo y con presencia en casi todos los países.

Estos estudios se centrarían en analizar las masas que a partir de ese momento están escuchando alguna radioemisora, estas investigaciones generaron teoría a partir de su estudio, las cuales hoy conocemos como: Teorías de la Comunicación. En esta investigación se utilizarán tres teorías de la comunicación las cuales mantienen una relación con respecto a este estudio.

Teoría de la aguja Hipodérmica.

Los medios de comunicación siempre se han reconocido por ejercer algún tipo de manipulación sobre su audiencia, son los medios ideales para hacer propaganda y publicidad; por tal razón es que a partir de los años treinta con el posicionamiento de la radio como medio predilecto y la aparición de la sociedad de masa se estableció un nuevo campo de investigación que estudia el comportamiento de la audiencia.

La teoría de la Aguja Hipodérmica trata de explicar el poder que ejercen los medios de comunicación sobre las masas, de acuerdo con García (2015): “la audiencia se consideraba

indefensa ante el influjo de los medios, puesto que los individuos se hallaban aislados psicológicamente y las interacciones sociales eran escasas.” (p. 145).

Como anteriormente se definió en este estudio, la palabra “masivo” se refiere a la pérdida del individualismo y, a pesar de que no es un público homogéneo, este llega a generalizarse como una gran masa de audiencia.

Esta teoría se basa en que los medios son capaces de moldear las masas y a la vez estimular determinadas conductas, y quien tiene el poder de controlar los medios de comunicación, controla la sociedad. (García, 2015. p. 145).

A esta teoría se le llamó aguja hipodérmica como metáfora con respecto a la verdadera función de una aguja hipodérmica, la cual es inyectar una sustancia debajo de la piel, en este caso los medios inyectaban su manipulación debajo de la piel de la audiencia. A esta doctrina también se le conoce como teoría de la bala mágica.

Esta teoría de Harold Dwight Lasswell, se desarrolló entre las décadas de 1920 y 1940, nació bajo la necesidad de estudiar los efectos de la propaganda, las cuales se enfocaban desde una perspectiva conductista. Según García (2015): “La teoría conductista defiende la actuación «estímulo-respuesta» y concibe un ser humano indefenso frente a los estímulos. Ante cierto estímulo, se produce la respuesta deseada.” (p. 145)

Como se mencionó anteriormente en este marco de referencia, un hecho que marcó un hito importante en la historia de la radio y demostró la teoría de la aguja hipodérmica fue la emisión de “La guerra de los mundos” el 30 de octubre de 1938, cuando más de 12 millones de estadounidenses fueron aterrorizados por una emisión de Orson Welles, quien describía una invasión alienígena, provocando terror, llanto y causando un frenetismo masivo; García, menciona que muchos llamaron a sus seres queridos para despedirse o alertarlos, otros llamaron a la prensa, policía y ambulancias. (García, 2015. p. 145).

Este hecho ayudó a fundamentar la teoría de la aguja hipodérmica, demostrando el gran poder que tenían los medios de comunicación sobre las masas, y cómo la audiencia creía sin poner en tela de juicio lo que se emitía por la radio, así, obteniendo una respuesta deseada, cumpliendo con el principio de estímulo-respuesta.

Esta teoría se incluyó en el marco referencial ya que se refiere al comportamiento de las audiencias ante un estímulo, la cual tiene una relación con uno de los objetivos específicos de esta investigación el cual es comparar las audiencias de Radio Monumental en dos momentos diferentes de la historia.

Posteriormente, algunos investigadores cuestionaron esta teoría y demostraron que las masa no eran homogéneas, y que el estímulo-respuesta no se cumplía en todos los casos y que las nuevas generaciones ya no tienen una “credibilidad ciega” ante los medios de comunicación, al cuestionar su contenido.

El modelo de George Gerbner.

A lo largo de la historia, los seres humanos han tratado de demostrar el proceso de la comunicación, razón por la cual varios de los investigadores han demostrado varias teorías con respecto al proceso comunicativo, George Gerner, en su tesis sobre la Teoría General de la Comunicación, enunció su modelo de la comunicación, el cual pretende demostrar que la respuesta de la audiencia no es siempre la misma.

El modelo propuesto por Gerbner se inspira en el modelo de Lasswell, añadiéndole nuevos elementos, pero su modelo se centra en el proceso de la comunicación, el cual, según Gerbner (1956) citado por García (2015) es:

- 1) alguien
- 2) percibe un acontecimiento
- 3) y reacciona
- 4) en una situación
- 5) a través de unos medios
- 6) con el fin de hacer disponibles algunos materiales
- 7) con cierta forma
- 8) y en un contexto
- 9) transmitiendo un contenido
- 10) con ciertas consecuencias. (pp.151-152).

En este modelo se destaca la percepción y cómo funcionan las percepciones con respecto a la comunicación en un contexto social, donde influyen factores como: edad, sexo, historia cultural, experiencias, entre otras. Este es el primer modelo de estudio de la comunicación que incluye la realidad o contexto sobre la que se desarrolla o emite el mensaje.

Con respecto al contexto comunicativo expuesto por Gerner, García (2015) explica que:

Este comunicólogo sostiene que los modos de reflexión y actuación ante las cosas se hallan enraizados en la capacidad humana de comprender imágenes, producir mensajes y utilizar sistemas simbólicos complejos. Cualquier cambio en esa capacidad transforma la naturaleza de los asuntos humanos, porque los medios de comunicación proporcionan nuevas maneras de seleccionar, componer y compartir perspectivas. (p. 153).

Es decir, explica cómo la información que se va a transmitir contiene un contexto o una realidad, luego el emisor puede modificar esa información en base de su contexto o perspectiva y finalmente se vuelve a distorsionar a través de la percepción del receptor, por lo que el mensaje no llega de forma pura.

El modelo de Gerbner fue criticado porque se enfoca en el proceso de la comunicación y no en los elementos; ignora los efectos que tienen los mensajes sobre la audiencia, entre otros.

Esta teoría está relacionada con el objetivo de esta investigación sobre descubrir la percepción de los periodistas, ya que los profesionales colegiados brindarán su opinión o percepción acerca de las programaciones antiguas y recientes de Radio Monumental.

Teoría de Usos y Gratificaciones.

Desde 1970, con la proliferación de radioemisoras a nivel mundial y a su vez la producción de programas dirigidos a un público específico, los oyentes tienen la posibilidad de elegir qué emisora escuchar, qué programa o locutor escoger o preferir.

Anterior a esto, los oyentes tenían la limitación de escuchar solamente una emisora y conformarse con la información que se emitiera de esta; en la actualidad, con la inclusión del

internet existe un mar de emisoras donde el oyente puede centrar su atención sin necesidad de estar en el mismo continente.

La teoría de usos y gratificaciones trata de explicar no solamente el uso de la radio como medio para obtener información que se requiere, sino que también la satisfacción del radioescucha cuando obtienen dicha información, según García (2015):

Esta corriente surge al cuestionar la pasividad de la audiencia en el proceso comunicativo (McQuail, 2000). En términos generales, la teoría trata de determinar el grado en que la audiencia selecciona los contenidos mediáticos, la intensidad con la que se expone a ellos, así como la motivación que predomina al usar un medio de comunicación: «¿Qué hace la gente con los medios? ¿Qué busca en la prensa, radio, televisión...?». (p. 199).

En otras palabras, los oyentes escuchan una determinada emisora con la intención de sentirse gratificados o satisfechos, lo cual va a variar dependiendo de la gratificación que deseen obtener. Además, busca explicar cómo los radioescuchas tienen la capacidad de elegir entre las imposiciones que dicten los medios de comunicación, limitando así la manipulación que el medio pueda ejercer sobre el oyente.

En esta teoría de usos y gratificaciones se establece tres premisas básicas:

- La primera se da cuando el público es activo y participa en el consumo de medios.
- La segunda premisa es cuando el público busca satisfacer necesidades de interrelación social y de obtener información útil.
- Cuando los medios compiten con otras fuentes de satisfacción de necesidades, por lo que el usuario adopta distintas actitudes: consume la radio como compañía, la televisión como medio de referencia, la prensa para obtener contexto y análisis e internet para seguir la información urgente y relacionarse.

Además, menciona la hipótesis de la teoría, la cual sustenta la idea de que el oyente solo accede a los medios, para efectos de este estudio la radio, si este le motiva con recompensas que satisfagan cualquier tipo de necesidades y en caso contrario, la influencia de los medios es muy relativa. (García, 2015. p. 199)

Para que se dé una comunicación efectiva, es necesario que un emisor emita un mensaje a través de un canal para que este llegue hasta un receptor; solo que, a partir de la interacción con el público, la radio tiene una retroalimentación.

En otras palabras, cuando la radioemisora emite la información a través de la radio, esta llega al oyente, pero luego este envía un mensaje de vuelta a la emisora con información valiosa para esta. La radio recibe información de sus oyentes lo cual permite que estas se adapten a la necesidad o en este caso, a las gratificaciones que buscan sus radioescuchas.

Con respecto a esta teoría Blumler y Gurevitch (1973) citados por García (2015) se refieren a que: "...no es observar las distintas reacciones a un mensaje determinado (los efectos), sino más bien averiguar por qué los individuos eligen determinados mensajes, en vez de otros, y qué «gratificaciones» reciben por consumir unos medios u otros." (p. 200).

Este estudio abarca la Teoría de Usos y Gratificaciones, debido a que se utiliza un medio de comunicación como lo es Radio Monumental, la cual tiene un perfil noticioso y es una de las radioemisoras costarricenses favoritas cuando de informarse se trata, según las encuestas de IPSOS incluidas es esta investigación; por tal razón, se entendería que sus radioescuchas hacen uso y se sienten gratificados al escuchar Radio Monumental.

Después de tener claro el marco en el cual se desarrolla esta investigación, es importante detallar la metodología que se empleará en este estudio para aplicar los instrumentos y finalmente el análisis de datos, los cuales se explican en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Para llevar a cabo este estudio es necesario describir la metodología que se empleará, de esta forma dar a conocer detalladamente el método, los instrumentos y otros elementos para llegar a responder cada uno de los objetivos de esta investigación.

Un marco metodológico, según Barrantes (2016) “da validez al estudio, demuestra la profundidad con que se realizó, y brinda el tipo de enfoque, el tipo de estudio y las técnicas utilizadas.” (p. 177)

Por tal razón, este capítulo establece los elementos utilizados para realizar el análisis de la programación de Radio Monumental en el 2014 y 2017 respectivamente, tras la ejecución correcta y objetiva de los mismos, para así obtener al final un resultado. Por tanto, es necesario conocer los conceptos que llevarán a este estudio: enfoque, diseño, método, muestra, sujetos, variables o unidades de análisis y proceso de recolección de los datos.

Con respecto al enfoque de la investigación Hernández et al. (2014) menciona que:

Las investigaciones se originan de **ideas**, sin importar qué tipo de paradigma fundamente nuestro estudio ni el enfoque que haremos de seguir. Las ideas constituyen el primer acercamiento a la *realidad objetiva* (desde la perspectiva cuantitativa), a la *realidad subjetiva* (desde la aproximación cualitativa) o la *realidad intersubjetiva* (desde la óptica mixta) que habrá de investigarse. (p. 24).

Los autores se refieren a que existen tres tipos de enfoques: el cuantitativo, cualitativo y mixto. Explican que cada investigación es única y dependiendo de los objetivos que se hayan trazado así se inclinará un enfoque cuantitativo o cualitativo, pero existen objetivos dentro de una misma investigación que se ajustan a enfoques cualitativos y otros a enfoques cuantitativos, por lo cual se denomina enfoque mixto.

El enfoque cuantitativo, de acuerdo con Hernández et al. (2014) “Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías.” (p. 4).

Los autores hacen referencia a que el enfoque cuantitativo utiliza valores numéricos y otros indicadores que arrojan resultados exactos, este tipo de investigación se caracteriza por tener dentro de su contenido: encuestas, gráficos, estadísticas y otros elementos de carácter contable.

Por otra parte, el enfoque cualitativo es de carácter subjetivo lo que busca es comprender los fenómenos por medio de la exploración de la perspectiva de los participantes, según Hernández et al. (2014) “utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelan nuevas interrogantes en el proceso de la interpretación.” (p. 7).

Este tipo de estudio, pretende profundizar en los puntos de vistas de los individuos en estudio, realizar interpretaciones o darles un significado a las respuestas adquiridas. Por otra parte, el enfoque mixto, utiliza las fortalezas del enfoque cuantitativo y cualitativo para recolectar la información y llegar a una respuesta.

Con respecto a los métodos mixtos Hernández-Sampieri y Mendoza (2008) citado por Hernández, et al. (2014) menciona que:

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

Tras la valoración de los objetivos de este estudio y comparando las características de cada uno de ellos con los tres enfoques anteriormente mencionados a continuación se presenta el tipo de enfoque de esta investigación.

Enfoque de la investigación

Por lo anteriormente planteado, esta investigación tiene un enfoque cualitativo, debido a que según los objetivos específicos, los dos primeros pretenden comparar la información sobre la parrilla de programación y el rating de Radio Monumental del 2014 y 2017, para luego analizar e

interpretar los resultados obtenidos; finalmente profundizar en la percepción de periodistas del Colegio de Periodistas de Costa Rica con respecto al cambio de programación destinada al periodismo radiofónico en Radio Monumental durante el mismo periodo, por las razones anteriormente expuestas es que esta investigación tiene un enfoque cualitativo.

Después de analizar los objetivos específicos con cada uno de los enfoques, estos son de carácter cualitativo, ya que, para desarrollarlos, se requiere de la recolección de datos, en este caso, la encuesta o rating y la parrilla de programación de Radio Monumental para luego a través de una interpretación obtener las conclusiones, además de recolectar información sobre la perspectiva de los periodistas del Colegio de Periodistas de Costa Rica.

Diseño de la investigación

Este apartado detalla los pasos a seguir, para llevar a cabo la investigación, de acuerdo con Hernández, et al. (2014): “el término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de resolver el planteamiento del problema” (p. 128).

Del enfoque cualitativo, ya determinado para esta investigación, se despliegan algunas clasificaciones de diseños cualitativos, entre ellos la:

La teoría fundamentada, este diseño busca desarrollar teoría basada en datos empíricos, aplicándola en áreas específicas; es decir, el investigador produce teoría con respecto a un fenómeno por medio de un proceso al que le aplica el contexto y perspectiva de los individuos objetos de estudio; los diseños etnográficos investigan grupos o comunidades que comparten una cultura, el investigador selecciona un lugar, detecta los participantes, recolecta los datos y los analiza.

Por otra parte, el diseño narrativo es cuando el investigador contextualiza las experiencias y lugar donde ocurrieron experiencias y las reconstruye por medio de historias individuales, hechos, secuencia de eventos, luego entrelaza todos los datos narrativos para armar una historia.

El principal propósito de los diseños fenomenológicos es explorar, describir y comprender las experiencias de las personas con respecto a un fenómeno en particular y así descubrir los elementos en común y, finalmente, los diseños de investigación-acción; estos diseños buscan intervenir en el problema; es decir, durante el proceso de investigación se deben incorporar cambios para resolver el problema. (Hernández et al, 2014 pp. 472-496).

Después de un análisis comparativo entre cada diseño cualitativo, se determinó que la presente investigación tiene un diseño fenomenológico, este diseño no solamente trata de entender sino también de describir el punto de vista de cada participante para luego analizarlos y poder obtener resultados, ya que se debe tomar la perspectiva de los participantes, en este caso se quiere conocer la percepción de los periodistas del Colegio de Periodista de Costa Rica con respecto al espacio destinado al periodismo radiofónico en Radio Monumental.

Cabe destacar que, dentro del diseño fenomenológico, el cual se utilizará para el desarrollo de esta investigación, existen dos enfoques: Fenomenología hermenéutica, la cual se enfoca más en la interpretación y no en experiencias de los participantes y la fenomenología empírica, que se enfoca más en la experiencia de los participantes que en la interpretación del investigador. Para esta investigación se utilizará el enfoque hermenéutico el cual, según Creswell (2007) y van Manen (1990) citados por Hernández et al (2014):

...se concentra en la interpretación de la experiencia humana y los “textos” de la vida. No sigue reglas específicas, pero considera que es producto de la interacción dinámica entre las siguientes actividades de indagación: *a)* definir un fenómeno o problema de investigación (una preocupación constante para el investigador), *b)* estudiarlo y reflexionar sobre éste, *c)* descubrir categorías y temas esenciales del fenómeno (lo que construye la naturaleza de la experiencia, *d)* describirlo y *e)* interpretarlo (mediando diferentes significados por los participantes). (p. 494).

Este estudio pretende interpretar las respuestas que se obtengan de los periodistas del Colegio de Periodistas de Costa Rica por medio del enfoque cualitativo, con un diseño fenomenológico hermenéutico, pero para indagar más en la presente investigación y llegar a resultados óptimos se procede clasificar este estudio.

Clasificación de la investigación

La finalidad, el alcance temporal y la profundidad son parte importante de la investigación para así clasificarla y tener un panorama más claro de lo que se pretende; a continuación se presentan uno a uno los aspectos mencionados anteriormente:

Finalidad.

La finalidad se divide en investigación básica y aplicada. La primera corresponde a la actividad orientada a nuevos conocimientos, mientras que la segunda, su finalidad es la solución de problemas prácticos, no pretende aportar conocimiento teórico sino que solo la solución de problemas. (Barrantes, 2016. p. 86).

Por la naturaleza de este estudio es una investigación básica (pura) ya que, según menciona Barrantes, este estudio se orienta a la búsqueda de nuevos conocimientos sin un fin práctico específico e inmediato, simplemente pretende crear conocimiento sobre un tema en particular, en este caso conocer si la programación de Radio Monumental ha cambiado comprometiendo los espacios para el desarrollo del periodismo radiofónico.

Alcance temporal.

El alcance temporal también posee dos clasificaciones: El primero es según estudios transversales (sincrónicos) los cuales estudian aspectos sobre el desarrollo de los sujetos en un momento dado y los estudios longitudinales (diacrónicos) que estudian un problema en diferentes momentos, niveles o edades. (Barrantes, 2016. p. 86)

Según la profundidad por objetivo, el alcance de la investigación es longitudinal o diacrónico ya que estudia el problema en dos momentos, en este caso el análisis de la programación y audiencia de Radio Monumental en el 2014 y posteriormente en el 2017.

Esta característica de alcance temporal longitudinal se ve reflejada en cada objetivo de esta investigación ya que:

-Al comparar la parrilla de programación y la audiencia de Radio Monumental del 2014 y 2017 se estudia un problema en diferentes momentos.

-Por otra parte, al contrastar los diseños de cada uno de los espacios dedicados al periodismo radiofónico en Radio Monumental del año 2014 y el 2017 también se realiza una investigación en dos años diferentes.

-Finalmente, en cuanto a descubrir la percepción de los periodistas del Colegio de Periodistas de Costa Rica con respecto al cambio de programación destinada al periodismo radiofónico en Radio Monumental entre el año 2014 y 2017 estos deben realizar una comparación de los posibles cambios entre los años en estudio y así emitir su parecer.

Profundidad.

Por otra parte, también es importante definir el tipo de alcance de este estudio según los expertos en investigación, existen 4 clasificaciones, según la profundidad: exploratoria, descriptiva, explicativa y experimental.

Con respecto a la primera clasificación, Barrantes (2016) explica que investigación experimental: “se realiza para obtener un primer conocimiento de una situación, a fin de ejecutar una posterior más profunda, por eso, tiene un carácter provisional. Por lo general, es descriptiva, pero puede llegar a ser explicativa.” (p.87)

Según Hernández, et al. (2014) explica que la investigación descriptiva:

Busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetivos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es su objetivo no es indicar cómo se relacionan estas. (p.92)

Por otra parte, Barrantes (2016) menciona que un estudio con profundidad explicativa es la que: explica los fenómenos y el estudio de sus relaciones para conocer su estructura y los aspectos que intervienen en su dinámica.” Y finalmente con respecto a la clasificación experimental explica que: “Estudia las relaciones de causalidad, utilizando la metodología experimental, con la finalidad de controlar los fenómenos. Se fundamenta en la manipulación activa y en el control sistemático de las variables independientes. (p. 87)

Con base en lo anteriormente expuesto por los autores Barrantes, Hernández et al. Esta investigación corresponde a una profundidad: descriptiva, explicativa y exploratoria; ya que se va a investigar un fenómeno del cual no se ha realizado ningún estudio anterior, a la vez se va a describir un fenómeno y explicar su relación con otros aspectos que intervienen.

Adicionalmente se define que esta investigación según: el marco es de campo o terreno, ya que no se requiere de un riguroso control en un laboratorio; de dimensión temporal histórica ya que el fenómeno analizado ocurrió en años pasados (2014 y 2017) y de orientada al descubrimiento ya que utiliza técnicas de análisis cualitativo y enfatiza en el contexto. (Barrantes, 2016, pp. 87-89)

Método de la investigación

Para plantear el método que se utilizará en esta investigación es necesario explicar en qué consiste el método o concepción.

El método deductivo de investigación, según lo cataloga Carvajal (2013) es el que: “permite inferir nuevos conocimientos o leyes aún no conocidas. Este método consiste en inducir una ley y luego deducir nuevas hipótesis como consecuencia de otras más generales”. (p. 9)

Barrantes (2016) por su parte lo denomina como una concepción “ideográfica” ya que: “enfatisa lo particular e individual. Se basa en la singularidad de los fenómenos y su objetivo no es llegar a leyes generales ni ampliar el conocimiento teórico.” (p.88)

Por tal razón, se indica que esta investigación es de método deductivo o concepción ideográfica, ya que pretende inferir nuevos conocimientos ya que por el momento no existen investigaciones científicas con respecto a la programación y audiencia de Radio Monumental con respecto al periodismo radiofónico, más no generar leyes y/o teoría.

Población de la investigación

Para iniciar este apartado es importante conocer qué es una población y posteriormente qué es una muestra y cómo se selecciona, así será de fácil entendimiento referirnos al tipo de

muestra que se utilizará en esta investigación. A continuación, se define el concepto de población:

Para este trabajo la población es el conjunto de todos los casos que concuerden con una serie de especificaciones y la muestra es el “ subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población. En realidad, pocas veces es posible medir a toda la población por lo que obtenemos o seleccionamos una muestra y, desde luego, se pretende que ese subconjunto sea un reflejo fiel del conjunto de la población.” (Hernández et al, 2014. pp. 174-175).

Por tanto, como los individuos seleccionados son un elemento determinante para aplicar los instrumentos de este estudio se determina que la población son todos los periodistas del Colegio de Periodistas de Costa Rica.

La muestra de la investigación

Según los autores, la muestra o muestras, puede ser un grupo de personas, eventos, o comunidades los cuales se eligen para así poder recolectar datos sin que necesariamente se tenga que elegir a toda la población.

En otras palabras, la población son todos los actores que se ven identificados o presentan características idénticas o similares dentro del objeto de estudio y la muestra es una pequeña parte de esa población, la cual será una representación fiel de toda la población.

Dentro de los tipos de muestra, se encuentran: La muestra probabilística, consiste en un subgrupo de la población en el que todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser elegidos; es decir, cualquier elemento sin importar al grupo a que pertenezca o bien la muestra no probabilística o dirigida que incluye a un subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no dependen de la probabilidad, sino de las características de la investigación; es decir, que el investigador tiene la posibilidad de elegir el subgrupo que va a elegir para así obtener resultados más enriquecedores. (Hernández et al, 2014. pp. 175-176).

Agregando a la información anterior, cabe recordar que la presente investigación es un tipo de estudio “fenomenológico” el cual, según Hernández, el tamaño de muestra sugerido es de diez casos. (Hernández et al, 2014. p. 385)

A la vez pretende utilizar la muestra no probabilística y enfocarse en una experta ya que de acuerdo con Hernández et al. (2014): “En ciertos estudios es necesaria la opinión de expertos en un tema. Estas muestras son frecuentes en estudios cualitativos y exploratorios para generar hipótesis más precisas o la materia prima del diseño de cuestionarios.” (p. 387).

Tomando en cuenta lo anterior y debido a la orientación de esta investigación que busca alcanzar cada uno de los objetivos específicos que son:

1. Comparar información sobre la parrilla de programación y el rating de Radio Monumental del 2014 y 2017.
2. Contrastar los diseños de cada uno de los espacios dedicados al periodismo radiofónico en Radio Monumental del año 2014 y el 2017.
3. Descubrir la percepción de periodistas del Colegio de Periodistas de Costa Rica con respecto al cambio de programación destinada al periodismo radiofónico en Radio Monumental, entre el año 2014 y 2017.

Se entiende que la muestra elegida es: no probabilística o dirigida y que tomará como muestra experta a 20 periodistas que formen parte de COLPER de esta forma, obtener información específica para la recolección, análisis de datos y la obtención de resultados.

Se tomará una segunda muestra (B) no probabilística o dirigida y que tomará como muestra experta a programadores de radio y directores de radioemisoras para obtener información más detallada y poder analizar las parrillas de programación y rating de Radio Monumental entre el 2014 y 2017; entre ellos: directores de radio, productores de radio, gerentes administrativos y ventas en radioemisoras, programadores de radio, periodistas con énfasis o especialidad radiofónica y docentes relacionados directamente con radioemisoras y periodismo.

Además, como material y documentos para observación y análisis se utilizará la parrilla de programación de Radio Monumental del año 2014 y del 2017; además, se analizarán 11 audios

correspondientes a programas de Radio Monumental en el 2014 y 11 audios de la misma emisora, pero del año 2017.

Por otra parte, se obtendrá información del Estudio General de Medios, llamada: Acumulada 4 del 2014 y del 2017 realizada por IPSOS.

Unidades de análisis

A continuación, se presentan las unidades de análisis para esta investigación, estas unidades servirán como guía para hacer una recolección correcta de la información por medios de los instrumentos que se mencionarán más adelante.

En cuanto a las unidades de análisis, Barrantes (2014):” Se entiende por variable todo rasgo, cualidad o característica cuya magnitud puede variar en individuos, grupos u objetos. En otras palabras, es aquello que se medirá, controlará y estudiará en la investigación.” (p. 188).

Aquí se plantea el sobre qué o quiénes van a recolectar datos a partir de los objetivos de este estudio.

También es importante conocer qué dicen los expertos con respecto a las definiciones que se le deben brindar a las variables o unidades de análisis.

Las variables se deben definir en tres tipos: conceptual, operacional e instrumental, según Barrantes (2016):

La conceptual es lo que se entiende por esa frase; es decir, la definición de diccionario o bien la técnica, por otra parte, la definición operacional, es la que nos da una guía para saber cuáles son los instrumentos que se requieren para la recolección correcta de datos o información y, finalmente, la definición instrumental le brinda a cada variable el instrumento que se utilizará. (p. 125-126).

El presente estudio cuenta con un enfoque cualitativo por lo que unos de los objetivos cuentan con unidades de análisis, a continuación, se presenta la tabla que contiene dichas unidades.

Tabla 4. Unidades de Análisis

Analizar la programación de Radio Monumental destinada al periodismo radiofónico del año 2014 y 2017. Durante el I cuatrimestre del 2018.			
OBJETIVO	UNIDAD	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	INSTRUMENTO
Comparar información sobre la parrilla de programación y audiencia de Radio Monumental del 2014 y 2017.	Parrilla de programación	Las parrillas de programación, están conformadas por programas radiales tipo mosaico...Este tipo de programas tienen una duración promedio de una hora semanal o diaria. Generalmente la parrilla de programación evidencia la identidad y los objetivos del medio de comunicación. (Álvarez y Mendoza 2017, p. 102)	Para esta unidad de análisis se requiere de la observación y del análisis de contenido de las parrillas del 2014 y 2017 para así poder estudiar los de documentos a partir de programación de Radio Monumental del 2014 y 2017, los estudios del EGM, Acumulada 4, del 2014 y 2017 de IPSOS y audios del 2014 y 2017 obtenidos de Radio Monumental. A su vez, la utilización del conocimiento de especialistas obtenido por las entrevistas a profundidad.
	Audiencia	Es el promedio de radioescuchas que sintoniza una emisora o programa radial en un tiempo determinado. Cuantas más personas los escuchen, mayor es el índice de rating. (Campos, G. 2017. párr. 5)	
Contrastar los diseños de cada uno de los espacios dedicados al periodismo radiofónico en Radio Monumental del año 2014 y el 2017.	Diseños de los espacios del periodismo radiofónicos	Diseño de los espacios radiofónicos. Los géneros periodísticos. -Géneros informativos: Noticia, Entrevista Reportaje -Géneros de opinión: Artículo Editorial - Géneros híbridos: Crónica y Columna. (Ghignoli y Montabes 2014. p. 390)	Por medio de los instrumentos de observación y análisis de contenido de los audios correspondientes al 2014 y 2017, además de la utilización de las entrevistas a

			profundidad para complementar dicho análisis.
Descubrir la percepción de periodistas del Colegio de Periodistas de Costa Rica con respecto al cambio de programación destinada al periodismo radiofónico en Radio Monumental entre el año 2014 y 2017	Percepción	Percepción de los periodistas. Percepción: “describir los criterios con base en los cuales el aparato perceptual selecciona información relevante, la agrupa dentro de la mayor <i>armonía</i> posible (pregnancia) y genera representaciones mentales.” (Oviedo, 2004, párr.78)	Para esta unidad se utilizará el sondeo realizado por Survey Monkey para conocer la perspectiva de 20 periodistas colegiados (COLPER) con respecto a la programación de Radio Monumental.

Nota: Elaboración propia

Debido a la naturalidad de este estudio cualitativo, en el cual no se incluyen datos numéricos o estadísticas, sí se encontrarán datos numéricos debido a las encuestas otorgadas por IPSOS que corresponden al Estudio General de Medios (EGM) Acumulada 4 del 2014 y 2017; cabe explicar que dichas estadísticas no son resultado de este estudio, fueron tomadas para alcanzar los objetivos de este estudio.

Instrumentos de la investigación

Para que esta investigación se desarrolle correctamente es necesario elegir los instrumentos pertenecientes a los estudios de enfoque cualitativo, los cuales permitirán una adecuada recolección de información; los instrumentos elegidos para este estudio son: Documentos, registros, materiales y artefactos, el sondeo, las entrevistas a profundidad, la observación y análisis de contenido. La utilización correcta de cada uno de estos instrumentos es fundamental para poder interpretar las posibles respuestas. A continuación, se explica la forma en la que se aplicarán uno a uno los instrumentos de esta investigación.

Según Hernández, et al. (2014) los instrumentos son el: “Recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente” el investigador. (p. 199)

Los instrumentos que se eligieron para la recolección de datos de esta investigación son:

Documentos, registros, materiales y artefactos.

Este estudio requiere de información puntual para poder interpretar el fenómeno en estudio, debido a que requiere de datos, entregados por casas encuestadoras como IPSOS; además de la parrilla de programación de Radio Monumental, se requiere de este instrumento y de un análisis de contenido para poder decodificar los mensajes que contienen cada uno de los diferentes documentos y de esta forma llegar a responder la pregunta de esta investigación.

Para obtener dichos documentos se necesitará la colaboración de los programadores de Radio Monumental y de otras emisoras para tener acceso a la parrilla de programación, audiencia y audios de Radio Monumental correspondientes a los años 2014 y 2017.

Según Hernández, et al. (2014) estos documentos, registros, materiales y artefactos que sirven al investigador para conocer los antecedentes pueden ser: “...cartas, diarios personales, fotografías, grabaciones de audio y video por cualquier medio...”

Para esta investigación se utilizarán los siguientes documentos, registros, material y artefactos:

- Documentos de los Estudios General de Medios, de IPSOS del 2014 y 2017
- Parrillas de programación de Radio Monumental del 2014 y 2017
- Audios de programas de Radio Monumental del 2014 y 2017

Tales documentos y audios son indispensables para esta investigación ya que a partir de los datos obtenidos se podrá contrastar la información de radio Monumental para llegar a los resultados esperados.

La entrevista a profundidad.

Se utilizará este instrumento debido a que se necesita tener conocimiento sobre programación de radio y la lectura o interpretación de la audiencia y programación de Radio Monumental, por dicha razón se necesita de expertos en la materia que nos puedan brindar datos importantes, así como explicaciones y definiciones sobre el objeto de estudio; estos datos u opiniones nos servirán de contraste con los otros dos instrumentos utilizados en este estudio para tener resultados objetivos y justificados por profesionales.

Antes de mencionar a los entrevistados a profundidad de este estudio es necesario saber qué es una entrevista.

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

Las entrevistas a profundidad también se dividen en estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas o abiertas, en este estudio se utilizarán las entrevistas a profundidad no estructurada o abierta, ya que se fundamentan en una guía de preguntas de contenido general y el investigador tiene la libertad de manejar la entrevista con flexibilidad. (Hernández, et al, 2014, p 403)

Para efectos de esta investigación se realizarán 9 entrevistas a profundidad a expertos que puedan brindar información precisa sobre programaciones radiofónicas, interpretación de estudios de audiencia, experiencias, explicaciones, entre otros, en el ámbito de la radio.

Las entrevistas a profundidad se coordinarán con expertos previamente seleccionados, entre ellos: especialistas en programación radiofónica, producción de programas radiofónicos, directores de programas radiofónicos y otros especialistas; dichas entrevistas se realizarán de manera directa y personal dentro del Gran Área Metropolitana en Costa Rica y se utilizará una grabadora de audio y el diario de campo.

Sondeo.

Una variante de la entrevista a profundidad es el sondeo, según Barrantes (2016): “como en las entrevistas de enfoque cualitativo se deben conocer detalle sobre las experiencias de las personas y los significados que estas les atribuyen, el entrevistador no puede establecer supuestos de sentido común que otras personas también tienen; por tal motivo, se debe pedir frecuentemente que clarifiquen y elaboren lo que han dicho a riesgo de parecer ingenuos.” (pp. 298-299)

Según explica Barrantes para conocer la percepción de los periodistas con respecto a la programación de Radio Monumental es importante utilizar el sondeo.

Para desarrollar este instrumento, se elegirán 20 periodistas pertenecientes al Colegio de periodistas de Costa Rica, a quienes por medio de internet y de la aplicación Survey Monkey se aplicará dicho sondeo para la obtención de la información, la cual posteriormente se analizará para obtener el o los resultados.

Proceso para la recolección de datos

Una vez seleccionado el diseño de investigación apropiado y la muestra, el paso a seguir es la recolección de datos específicos.

Según Hernández, et al. (2014): “la recolección de datos resulta fundamental, solamente que su propósito no es medir variables para llevar a cabo inferencias y análisis estadístico. Lo que se busca en un estudio cualitativo es obtener datos (que se conviertan en información)” (p. 396)

Los requerimientos para tener acceso a la información y posteriormente la recolección de la misma, cabe destacar que, se contará con la ayuda de radio Monumental, casa encuestadoras y expertos en el área que nos ayudarán a explicar el fenómeno.

Para iniciar, debe solicitarse la información de las encuestas de IPSOS, tanto a las casas encuestadoras como a los programadores de radio, además las parrillas de programación de Radio Monumental al director de programación de Radio Monumental; esta información puede ser

entregada de forma física o por medio de correo electrónico.

Posteriormente se coordinará una entrevista con los programadores, directores y productores de radio y demás expertos en el tema, los cuales se contactarán vía telefónica o por correo electrónico, dichas entrevistas a profundidad se grabarán en forma de audio.

Cabe destacar que cada entrevista podrá tener variantes en las preguntas, esto debido a que el estilo de instrumento nos permite indagar más, repreguntar o bien, si el entrevistado genera algún comentario el cual requiere ser explicado se desviará la entrevista, por tal motivo se preguntará con base en la especialidad del entrevistado, unos desde su experiencia como programador, como director o como periodista.

Dentro de esta investigación también se pretende conocer la percepción de los periodistas del Colegio de Periodistas de Costa Rica (COLPER), por tal motivo, se les realizará un sondeo por medio de Survey Monkey, para poder aplicar este instrumento es necesario contar con una amplia base de datos de periodistas por lo cual es necesario solicitar dicha base al COLPER.

Para el análisis de resultados se utilizó la plataforma de SurveyMonkey, donde se ingresaron las preguntas de acuerdo a lo que se necesitaba y los datos fueron extraídos una vez que se contaban con los 20 sondeos exactos.

Después de descargar esta información proporcionada de esta plataforma, prosigue el análisis de las respuestas indicadas por los participantes para mostrar la realidad de la percepción de los periodistas colegiados por COLPER.

Una vez que se tenga acceso a la información requerida y se dé una efectiva recolección de datos, se dispondrá a realizar un procesamiento donde por medio de la observación y análisis del contenido obtenido, recolectar los resultados y así poder interpretarlos y llegar a las conclusiones sobre esta investigación.

Sujetos de la investigación.

Los sujetos, según Barrantes, R. (2002) que son “todas aquellas personas físicas o corporativas que brindan información. Debe especificarse con claridad cuál es la población o universo (puede ser uno o varios) y la muestra (si se utilizara) en cada caso” (p. 92)

Por lo anterior se debe tomar con seriedad la selección de las personas que participarán en el proceso de investigación, ya que estos serán los que finalmente le den rumbo al estudio y, por esta razón, dentro de los participantes en las entrevistas de profundidad están:

Director de Noticias Monumental, Lic. Randall Rivera
 Periodista y Director de Pelando el Ojo, Lic. Norval Calvo
 Director de Teletica Radio, Carlos Álvarez
 Periodista y Educador universitario, Lic. Álvaro Villalobos
 Director de producción de Central de Radio, Steve Víquez
 Periodista de Noticias Monumental, Karina Porras
 Programador de IQ Radio, Mario Barboza
 Gerente General de Grupo Radiofónico Omega, Lic. Javier Hernández
 Gerente de Ventas de Radio de Radio Omega. Lic. Olman Madrigal

A continuación, se mencionan los periodistas del COLPER participantes en el sondeo:

Lic. Isabel Christina Zúñiga
 Lic. Gerardo Mora
 Lic. Rándall Saenz
 Lic. Patricia Ortiz
 Lic. Jesús Ureña
 Lic. Randall Hernández
 Lic. Juan Diego Ortiz
 Master. Juan Manuel Vargas
 Lic. Milena Castro
 Lic. Andrey Urbina
 Marco Monge

Lic. Angélica López
Master. Ersilia Zúñiga
Lic. Carlos Muñoz Hernández
Master. José Pablo Salazar Aguilar
Lic. Raquel León
Lic. Rose Mary Monge
Master. Xiomara Cubero
Master. José Luis Mora
Lic. Alejandra Prado
Lic. María Gabriela
Diana Lucía Salas

Fuentes de Información.

Es importante explicar que existen diversos tipos de fuentes para la recolección de datos, que son primarias, secundarias y terciarias. Según su estilo así es la prioridad, por lo que en el caso de esta investigación, las fuentes primarias son primordiales ya que la información exclusiva sobre los programas de Monumental no está documentada.

Según Hernández, et al. (2014): Las referencias o fuentes primarias proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos que incluyen los resultados de los estudios correspondientes. Ejemplos de fuentes primarias son: libros, antologías, artículos de publicaciones periodísticas, monografías, tesis y disertaciones, documentos oficiales, reportes de asociaciones, trabajos presentados en conferencias o seminarios, artículos periodísticos, testimonios de expertos, documentales, videocintas en diferentes formatos, foros, páginas de internet, etcétera. (p.61)

Entre fuentes primarias que se han seleccionado para esta investigación son: libros, publicaciones periodísticas y documentales con teoría e información sobre la radio en general, testimonios de expertos con las entrevistas a profundidad, audios entregados directamente por Radio Monumental, documentos oficiales como el Estudio General de Medios del 2014 y 2017 de IPSOS y las programaciones otorgadas por Radio Monumental, así como testimonio de periodistas del COLPER.

Referente institucional de Radio Monumental.

Antes de seguir con esta investigación se requiere conocer más a fondo la radioemisora la cual es objeto de este estudio: Radio Monumental; esta emisora cuenta como una trayectoria de casi 90 años en el campo noticioso de Costa Rica, convirtiéndola en la emisora referente en cuanto a información periodística, veraz y de fácil acceso se refiere; además, cuenta con una posición sólida dentro de la población colocándose entre las primeras emisoras de su mismo perfil o estilo. (Rivera, 2018. Entrevista personal)

Según el Sistema de Información Cultural de Costa Rica [SICULTURA] (2018): Radio Monumental fue fundada en Costa Rica en el año 1929 por Gonzalo Pinto Hernández. En un inicio, sus instalaciones estaban ubicadas en Tibás, posteriormente por decisión de Leonel Pinto, hijo del fundador se traslada la emisora al centro de San José, en la Avenida Central.

La radioemisora inició con el primer noticiero oficial, fue llamado en 1953 “La Palabra de Costa Rica”. Este contaba con la participación de personajes destacados del panorama nacional. El edificio donde estaba Radio Monumental contaba con un balcón con vista hacia la avenida, donde presidentes daban su discurso presidencial y a través de altavoces los transeúntes de la avenida podían escucharlo.

Otro elemento distintivo era la utilización de una pizarra electrónica ubicada en el tercer piso del edificio, la cual, en una sola frase describía las noticias más importantes, en conjunto con una sirena, que fue traída de Berlín, Alemania, después de la segunda Guerra Mundial, la cual fue utilizada para avisar a los alemanes sobre los bombardeos aliados, esta sirena se hacía sonar cada vez que ocurría un hecho se suma importancia.

Por tanto, el sonar la sirena y aparecer la noticia escrita en la pizarra, la población se enteró de hechos importantes como la muerte del presidente estadounidense John F. Kennedy o la visita del Papa Juan Pablo Segundo al país, dichos eventos la hicieron popular bajo el nombre de “la esquina de los grandes acontecimientos”. (párr. 1-24).

Desde sus inicios, radio Monumental se destacó por su formato noticioso, La Palabra de Costa Rica duró 30 años al aire, posteriormente el 1 de julio de 1983 Noticias Monumental hasta hoy continúa informando a los costarricenses. (Rivera, 2018. Entrevista personal)

En setiembre del 2006, Radio Monumental pasa de pertenecer al Grupo de Comunicación Monumental a ser parte de Central de Radios, un conglomerado de emisoras ubicadas en la Uruca, a un costado del puente Juan Pablo II, con emisoras como Exa Fm, Best Fm, Radio Disney, La Mejor, Zeta FM, Radio Managua, Momentos Reloj y Canal 2 de Costa Rica.

A continuación se presenta la información sobre la filosofía, misión y visión de Central de Radios [CDR] (2018) grupo radiofónico al que pertenece Radio Monumental, la cual está plasmada en placas decorativas dentro de sus instalaciones:

-Filosofía: “Nuestra acción está orientada a satisfacer el cliente/audiencia, bajo normas éticas y morales. Para lograr esta satisfacción requerimos de actitud profesional y positiva, compartir sanamente, trabajar en equipo, adaptarnos a las nuevas tecnologías, tener una mentalidad abierta tener credibilidad, fortalecer los proyectos y ofrecer un valor agregado en nuestros servicios. Lo haremos con el trato responsable y digno para quienes trabajan en Central de Radios, reconociendo sus méritos y esfuerzos.”

-Misión: “Consolidar a Central de Radios como el grupo de comunicación más innovador y de mayor crecimiento en Costa Rica”

-Visión: “Ser un grupo de comunicación que busca satisfacer a sus diferentes clientes/usuarios a través de la información, el entretenimiento y la educación partiendo de una ética de responsabilidad social que influya positivamente en la ciudadanía” (Central de Radios, 2018. Transcripción de placas)

Métodos de análisis

En este apartado se explicará la manera en que se desarrolló la investigación; es decir, se comentará el método utilizado para el análisis de los datos obtenidos durante la investigación. El

método se debe definir, según el enfoque y otros aspectos relacionados a como se decidió elaborar la investigación desde un inicio.

Tal y como lo establece Barrantes (2016), el método de análisis: Es una técnica para estudiar la comunicación objetiva, sistemática y cuantitativamente. Con este análisis puede hacerse inferencias válidas y confiables de datos dentro de un contexto. Los procesos de comunicación están inmersos dentro de diversos contextos. Por eso, este análisis puede darse a cualquier forma de comunicación, programas de televisión, de radio, artículos de periódicos, libros, conversaciones, discursos, poemas, pinturas, cartas, canciones, reglamentos, etc., que sirven para estudiar personalidades, evaluar criterios, conocer actitudes de grupos, compenetrarse con los valores de una cultura, averiguar intenciones, descifrar mensajes publicitarios o propagandísticos, etc. (p. 199).

Un método de análisis cuenta con diversos diseños para esta investigación se utilizarán los etnográficos y los fenomenológicos.

Según Creswell, 2013b, Murchison, 2010 y Whitehead, 2005, citados por Hernández et al. (2014): “los diseños etnográficos pretenden explorar, examinar y entender sistemas sociales (grupos, comunidades, culturas y sociedades)” (p. 482).

Por otra parte, McLeod y Thomson (2009) y Patton (2002), citados por Hernández et al., (2014) también: Señalan que tales diseños buscan describir, interpretar y analizar ideas, creencias, significados, conocimientos y prácticas presentes en tales sistemas. Incluso pueden ser muy amplios y abarcar la historia, geografía y los subsistemas socioeconómico, educativo, político y cultural (rituales, símbolos, funciones sociales, parentesco, migraciones, redes y un sinfín de elementos) (p. 482)

Para esta investigación se utilizará el análisis de contenido detallado y la observación, de esta manera poder procesar los documentos, sondeos, entrevistas y audios que se mencionaron anteriormente y llegar a los resultados.

De esta manera se concluye con el Marco Metodológico de esta investigación, a continuación, se presenta el capítulo 4, donde se analizan los resultados obtenidos por medio de la recolección de datos a través de la aplicación de los instrumentos.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el siguiente capítulo se detallará una construcción teórica de los resultados obtenidos por medio de la aplicación de los instrumentos seleccionados para esta investigación, como lo fueron: las entrevistas a profundidad, el sondeo a periodistas colegiados y el análisis de contenido.

El estudio comprenderá las categorías aplicadas en cada entrevista y el aporte de los entrevistados sobre la programación de Radio Monumental, un análisis comparativo entre las programaciones y rating de dicha emisora entre los años 2014 y 2017, así como la perspectiva de los periodistas colegiados.

En la siguiente tabla se detalla el perfil de cada uno de los entrevistados y su aporte para obtener los resultados de esta investigación:

Tabla 5. Perfil de especialistas consultados para las entrevistas de profundidad

Nombre	Seudónimo	Perfil académico	Aportes	Fecha, lugar
Randall Rivera	Rivera	Graduado en la carrera de Ciencias de la comunicación en la Universidad de Costa Rica en el 2003. Actualmente es el Director de Noticias Monumental desde marzo del 2013.	Randall realizó aportes y recomendaciones sobre los nuevos estilos periodístico que deben adoptar las radioemisoras que cuenten con noticieros para estar a la vanguardia.	14 febrero del 2018 La Uruca, Central de Radios
Norval Calvo	Calvo	Tiene 30 años de trabajar en la radio costarricense, mayormente de manera humorística. Trabajó 10 años en el programa “La Patada” al lado de Parmenio Medina. Es periodista, además es el	Norval explicó aspectos clave sobre el manejo de la audiencia y contenido de un programa radiofónico.	14 febrero del 2018 La Uruca, Central de Radios

		creador y productor del espacio “Pelando el Ojo” en Radio Monumental, donde cuenta 16 años vigente hasta la actualidad.		
Carlos Álvarez	Álvarez	Actualmente es el Director de Teletica Radio. Licenciatura en Historia y geografía en la Universidad de Costa Rica. Tiene más de 30 años de trabajar en diferentes emisoras de Costa Rica, como Omega, Monumental, Radio Reloj, entre otras.	Carlos brindó aportes significativos en el trato informativo y en la interactividad actual de la información digital, además de elementos clave para equilibrar el trato informativo.	23 de marzo del 2018 La Sabana, Teletica Radio
Álvado Villalobos	Villalobos	Trabajó durante 17 años en la sala de redacción de Radio Monumental, siendo finalmente jefe de redacción y director de noticias durante dos años. Es profesor de periodismo en varias universidades con sede en San José como la UIA, Latina y San Judas Tadeo.	Villabos presentó fases de contenido que deben realizarse antes de la elaboración de cada nota y cómo se equilibra el trato informativo con las técnicas que utilizan actualmente los periodistas para generar audiencia en un medio de comunicación digital.	6 de junio del 2018 San José, UIA
Steve Víquez	Víquez	Actualmente es el Gerente de producción y programación de las emisoras musicales de Central de Radio. Tiene más de 20 años de experiencia en el departamento de producción y programación de diferentes radios nacionales, como radio Colorín, Radio 1, Columbia, Vox Fm, Shock,	Víquez aportó elementos clave sobre la generación de audiencia, programación y producción en radio.	13 febrero del 2018 La Uruca, Central de Radios

		Wao y Exa.		
Javier Hernández	Hernández	Gerente general de Grupo Radiofónico Omega, Director de IQ Radio.	Aportó conocimiento de la radio en general, programación y tendencias.	13 febrero del 2018 Zapote, Grupo Omega
Karina Porras	Porras	Es periodista, actualmente se desempeña como reportera en la sala de redacción de Noticias Monumental y presentadora de noticias en la edición del medio día.	Aportó conocimiento sobre la estructura del noticiero de Monumental.	7 de junio del 2018 Central de Radios
Mario Barboza	Barboza	Productor y programador de Radio IQ.	Brindo información sobre las franjas horarios y métodos de programación.	27 de junio del 2018. Zapote, Grupo Omega
Oلمان Madrigal	Madrigal	Gerente de Ventas de Grupo Radiofónico Omega.	Aportó información con respecto a la interpretación de la encuesta de IPSOS	27 de junio del 2018 Zapote, Grupo Omega

Nota: Elaboración propia.

En la siguiente tabla se analizarán las categorías de las unidades de análisis que servirán de base para formar los resultados obtenidos en los elementos investigativos que se realizaron.

Tabla 6. Unidades de Análisis y Categorías

Unidad de Análisis	Categorías
Parrilla de programación de Radio Monumental	- Estructura de programación del 2014 y 2017. - Variedad de formatos radiofónicos en la parrilla del 2014 y 2017. - Franjas Horarias y “Prime Time” del 2014 y 2017. - Duración de programas del 2014 y 2017. - Emisiones diarias y frecuencia de los programas del 2014 y 2017.

	• Mantenimiento de una parrilla y el Balance Scorecard.
Audiencia	• Posición nacional de Radio Monumental, según IPSOS en el 2014 y el 2017 • Comparación del rating de cada programa entre el 2014 y 2017 y corroborar “Prime time” • Identificar las audiencias de la emisora. • Comparación del EGM Acumulada de Radio Monumental y Columbia en el 2014 y 2017.
Diseños de los espacios del periodismo radiofónicos	• Variedad de géneros y formatos radiofónicos. • Comparación del contenido de los programas del 2014 y 2017. • Storytelling en Radio Monumental.
Percepción de los periodistas.	• Cambios significativos en la programación de Radio Monumental. • Variación en la audiencia. • Calidad de los programas periodísticos. • Cambios en el espacio dedicado al periodismo. • Programación de música dentro del noticiero. • Opinión y comentarios dentro del noticiero. • “Storytelling” en noticiero.

Nota: Elaboración propia.

Unidad de análisis 1: Parrilla de programación de Radio Monumental

En esta primera unidad de análisis se utilizan las observaciones realizadas a partir de los documentos obtenidos por parte de radio Monumental con respecto a las parrillas de programación del 2014 y 2017, además el Estudio General de Medios de IPSOS del año 2014 y 2017 y las opiniones de los expertos derivadas de las entrevistas de profundidad realizadas para conocer el funcionamiento de una parrilla de programación.

Además, se realizará una comparación entre las opiniones de los entrevistados sobre los elementos más importantes. En esta unidad de análisis llamada “Parrilla de programación de Radio Monumental” se seleccionaron las siguientes categorías:

- Estructura de programación del 2014 y 2017.
- Variedad de formatos radiofónicos en la parrilla del 2014 y 2017.
- Franjas Horarias y “Prime time” del 2014 y 2017.
- Duración de programas del 2014 y 2017.
- Emisiones diarias y frecuencia de los programas del 2014 y 2017.
- Mantenimiento de una parrilla y el Balance Scorecard.

Unidad 1: Categoría 1: Estructura de programación del 2014 y 2017.

En esta categoría se analiza la estructura de la parrilla de programación de Radio Monumental en el año 2014 con respecto a la del 2017, según los documentos observados de las parrillas correspondientes a esos años respectivamente, los cuales fueron otorgados por Radio Monumental.

Con respecto a la estructura de la parrilla de programación de una emisora, Barboza (2018) menciona que la rejilla de programación se forma a partir de los estudios de mercado, como la encuesta de IPSOS, esta va a servir para la creación de nuevos programas ya que indica cuál o cuáles son los horarios de preferencia del mercado meta de la emisora o bien sirve para que el programador realice cambios en la parrilla ya que muestra los resultados de cada uno de los programas. (Barboza, 2018. Entrevista personal)

Radio Monumental es una emisora de contenido completo, ya que desde las 4:00 de la mañana hasta las 11:00 de la noche cuenta con programas de contenido, según Rivera (2018) la programación de Radio Monumental desde el 2014 al 2017, inicia a partir de las 4:00 de la mañana con:

“Costa Rica Campesina” y otro más (Acontecer Agropecuario), después empezamos a las cinco y treinta con lo que es el “Noticias Monumental” a las siete

empieza “Nuestra Voz” que la producción es Doña Amelia, a las nueve asume Deportes con la programación durante dos horas que es “120 Minutos”, a las once vuelve “Noticias Monumental” de once a doce y media, a las doce y media vuelve Deportes con “Escenario Deportivo”, a las dos de la tarde vuelve Noticias con “Matices”

A las tres treinta ese espacio de media hora es “Así Es La Cosa”, de cuatro a cinco es “Oro y Grana”, de cinco a siete es “Pelando El Ojo”, después de las siete vuelve asumir noticias con la tercera emisión de “Noticias Monumental”, a las ocho asume Deportes con “Hablemos del Deporte” y a las nueve y media es la repetición de “Matices” del día, más o menos ahí tenés la franja completa, normal de programación entre semana.” (Rivera, 2018. Entrevista de profundidad)

El Director de Radio Monumental menciona que existen 13 programas dentro de la parrilla de programación regular de lunes a viernes.

Como se muestra en el apéndice C, llamado: “Parrilla de programación de Radio Monumental 2014” se puede observar que Radio Monumental durante el 2014 contó con una variedad de programas, los cuales iniciaron a partir de las 4:00 de la mañana, siguiendo las mismas pautas de programación mencionadas anteriormente por Rivera (2018) a diferencia de que en el 2014 contaba con un programa llamado “La Hora que Ortiga” con una franja horaria de 9:30 a 11:00 de la noche.

Resumiendo, se transmitieron catorce programas en vivo y tres programas que se transmiten por repetición entre las 11:00 de la noche y 4:00 de la mañana; esta programación se realizó de lunes a viernes durante todo el 2014.

Por otra parte, la reja de programación de Radio Monumental correspondiente al 2017, según lo muestra el apéndice D llamado: “Parrilla de programación de Radio Monumental 2017”, se observó que a diferencia de la parrilla del 2014 no cuenta con los programas “Costa Rica Campesina” que se transmitía de 4:00 a 4:30 de la mañana y el programa “La Hora que Ortiga” con transmisión diaria de 9:30 a 11:00 de la noche.

Según se puede observar en los apéndices C y D anteriormente mencionados, Radio Monumental cuenta con una parrilla rígida y la diferencia entre el 2014 y 2017 es que disminuyó la parrilla con dos programas menos.

Cabe destacar que, a pesar de mantener una estructura de parrilla sólida, Víquez (2018) menciona que en “temporadas especiales” se modifica dicha estructura para programar programas especiales como El Ciclón 93.5, que solamente se transmite una vez al año debido a la Vuelta ciclista de Costa Rica, el cual tiene una duración de una hora y se transmite durante un mes aproximadamente, pero para efectos de este estudio no se analizará.

Unidad 1. Categoría 2: Variedad de formatos radiofónicos en la parrilla del 2014 y 2017.

A continuación, se detalla cuáles son los formatos radiofónicos utilizados en Radio Monumental a partir de la parrilla de programación, esto se refiere a definir un modelo, estilo o formato a cada programa; dentro de estos formatos se pueden encontrar noticias, opinión, entrevistas, musical, revista, entre otras; además, cada uno puede responder a temáticas diferentes como deportes, política o alguna otra especialización.

Los formatos o programas radiofónicos son elaborados por el departamento de producción de la emisora, estos son creados con base en el perfil o estilo de la radio. Según Hernández (2018): Cada gerente o programador elige qué tipo de programas va a tener dentro de la parrilla y el contenido lo adecua, según el público... la cantidad de programas y el formato que elijan va a depender de las metas y objetivos de cada radio...y también va a depender del presupuesto que tengan para realizar programas. (Hernández, 2018. Entrevista personal)

A continuación, se presenta las tablas 4 y 5 que contienen la descripción de Formatos Radiofónicos tanto durante el año 2014 como del 2017, dichas tablas surgen a partir de la observación de las parrillas de programación, las entrevistas a profundidad y el análisis de los

audios de los programas de Radio Monumental del 2014. En cada una de estas se detalla, el nombre del programa y la descripción de cada uno de estos espacios radiofónicos.

Tabla 4. Formatos radiofónicos en la parrilla del 2014.

Programa	Descripción del espacio radiofónico
Costa Rica Campesina	Radio Revista especializada en agropecuario
Acontecer agropecuario	Radio Revista especializada en agropecuario
Noticias Monumental	Noticia Informativa
Nuestra Voz	Opinión y entrevistas
120 min	Opinión y entrevistas especializada en deporte
Noticias Monumental	Noticia informativa
Escenario deportivo	Opinión y entrevistas especializada en deporte
Matices	Noticia Informativa, entrevista y opinión enfocada en política
Así es la cosa	Opinión y comentario actualidad y tertulia.
Oro y grana	Opinión y comentario especializada en deporte
Pelando el Ojo	Revista humorística e informativa
Noticias Monumental	Noticia Informativa
Hablemos del Deporte	Opinión, comentario y entrevista especializada en deporte
La hora que ortiga	Opinión, comentario y entrevista especializada en política

Nota: Elaboración propia con base en parrilla de programación de Radio Monumental, 2016.

En resumen, la parrilla del 2014 contiene dos revistas radiofónicas especializadas en el área agropecuaria en el ámbito nacional, tres ediciones de noticias, tres programas dedicados a la política con formatos de opinión, comentario y entrevista, cuatro programas especializados en deporte de opinión, comentario y entrevista, un programa humorístico e informativo y un programa de tertulia.

A continuación, se presenta la tabla 5, que, de la misma forma, se obtuvo mediante el análisis de los programas, entrevistas a profundidad y audios correspondientes al año 2017.

Tabla 5. Formatos radiofónicos en la parrilla del 2017.

Programa	Descripción del espacio radiofónico
Acontecer agropecuario	Radio Revista especializada en agropecuario
Noticias Monumental	Noticia Informativa
Nuestra Voz	Opinión y entrevistas
120 min	Opinión y entrevistas especializada en deporte
Noticias Monumental	Noticia informativa
Escenario deportivo	Opinión y entrevistas especializada en deporte
Matices	Noticia Informativa, entrevista y opinión enfocada en política
Así es la cosa	Opinión y comentario actualidad y tertulia.
Oro y grana	Opinión y comentario especializada en deporte
Pelando el Ojo	Revista humorística e informativa
Noticias Monumental	Noticia Informativa
Hablemos del Deporte	Opinión, comentario y entrevista especializada en deporte

Nota: Elaboración propia con base en programación de Radio Monumental, 2017.

Como se puede observar en la tabla anterior, la parrilla del 2017 contiene una radio revista especializadas en el área agropecuaria en el ámbito nacional, tres ediciones de noticias, dos programas dedicados a la política con formatos de opinión comentario y entrevista, cuatro programas especializados en deporte de opinión, comentario y entrevista, un programa humorístico e informativo y un programa de tertulia.

Cabe destacar que, en esta primera categoría solamente se analizaron los formatos o géneros a partir de las indicaciones dadas por parte de Radio Monumental, más adelante, en la Unidad 3 de esta investigación, se analizará a fondo los audios del 2014 al 2017 entregados por Radio Monumental para comprobar si efectivamente corresponden a las características indicadas en la parrilla de programación.

Unidad 1. Categoría 3: Franjas Horarias y Prime Time del 2014 y 2017.

En esta categoría se pretende determinar cuáles son las franjas horarias de Radio Monumental a partir del análisis de la parrilla de programación del 2014 y 2017, el análisis de Estudio General de Medios (EGM) Acumulada de IPSOS del 2014 y 2017, además de las opiniones de los expertos entrevistados a profundidad.

Antes de analizar la parrilla de programación para conocer las franjas horarias es importante saber qué es una franja horaria en el contexto nacional, por lo cual Barboza (2018) menciona que las franjas horarias son los espacios en los que se rige la emisora para colocar los programas con más audiencia.

De igual manera, Viquez (2018) menciona cómo se determinan las franjas horarias de mayor o menor audiencia en una emisora: “las franjas horarias por lo general se dan gracias a los estudios que llegan, como las encuestas, entonces... de ahí puedo partir qué impacto tiene un locutor mío en audiencia o qué impacto tiene un programa a horas definidas...” (Viquez, 2018. Entrevista a profundidad)

Por otra parte, Viquez (2018) menciona que un programador debe: dirigir muy bien la estrategia de radio hacia las franjas horarias más exitosas, para poder llegar a la mayor cantidad de oyentes y, entonces, es ahí, cuando se comienza a mover una serie de detalles a nivel de logística interna de la programación para elaborar una parrilla muy rica para que los oyentes se queden pegados... (Viquez, 2018. Entrevista a profundidad)

En radio Monumental las franjas horarias con mayor éxito, según Rivera (2018) son: La de la mañana... el “Prime Time” de radio... la primera edición de noticias, Nuestra Voz, Pelando el Ojo, están casi prácticamente empatados y después “Matices” y “120 Minutos” ...eso es como el “Top” de nuestras audiencias, por supuesto que lo más fuerte es el noticiero de la mañana (Rivera, 2018. Entrevista a profundidad)

En el apartado de figuras de esta investigación se puede observar la figura 1, correspondiente a las Franjas horarias de Radio Monumental del 2014, la cual se obtuvo a partir del análisis y observación del Estudio General de Medios (Acumulada) de 2014 de IPSOS.

En dicha figura se muestra el comportamiento de las franjas horarias con más audiencia de la emisora en estudio, se puede observar como su franja horaria más importante es la que va desde las 6:00 hasta las 9:00 de la mañana, la cual en base a la parrilla corresponde a los programas “Noticias Monumental” (edición de la mañana) y “Nuestra voz” luego tiene otro repunte de 5:00 a 7:00 de la noche durante el programa de “Pelando el Ojo” y el último aumento se da 8:30 a 9:30 de la noche con el programa “Hablemos del Deporte.”

Como dato adicional se observa que durante la franja de 9:30 de la mañana a las 4:30 de la tarde se mantiene sin cambios drásticos de audiencia.

Para comparar las franjas horarias del 2014 con respecto a las del 2017, se puede observar en la figura 2, llamada: Franjas horarias de Radio Monumental del 2017; esta se obtuvo a partir del análisis y observación del Estudio General de Medios (Acumulada) de 2017 de IPSOS.

En dicha figura se muestra el comportamiento de las franjas horarias con más audiencia de la emisora en estudio, se puede observar como su franja horaria más importante es la que va desde las 9:30 hasta las 11:00 de la mañana, la cual en base a la parrilla corresponde a el programa “120 Minutos” luego tiene otro repunte de 7:00 a 7:30 de la mañana durante el programa de “Nuestra Voz”. Como dato adicional se observa que durante la franja de 6:00 de la mañana a las 12:00 medio días se presentan las franjas más importantes para Radio Monumental.

Comparando ambas figuras, se puede demostrar un cambio drástico con respecto a las franjas horarias más representativas de Radio Monumental entre el año 2014 y 2017, según el Estudio General de Medios (Acumulado) de ambos años.

Más adelante, en la Unidad 2, categoría 2 de esta investigación se revelan los porcentajes de cada uno de los programas en una comparación entre los años en estudio a partir del EGM Acumulada 2014 y 2017, ahí también podrá corroborarse de manera exacta los horarios “prime time” de radio Monumental.

Unidad 1. Categoría 4: Duración de programas del 2014 y 2017.

En esta categoría se analiza la duración de cada uno de los espacios radiofónicos de Radio Monumental para así poder contrastar dichos programas en cada año en estudio y conocer si ha disminuido o aumentado la producción radiofónica entre el año 2014 y 2017.

Antes de introducirnos a la duración o tiempo que debe tener un espacio radiofónico Barboza (2018) mencionó que la duración recomendada para los programas radiofónicos de contenido, como Pelando el Ojo o los programas deportivos de Monumental:

Va a depender... (ya que) a la persona que le gusta el humor y le gusta reírse no ocupa ni una sola canción, va a escuchar chistes y si los chistes están muy buenos se va a quedar tres horas “pegado” igual al que le gusta el Deporte que quiere sabes cómo le fue a Saprissa, Heredia, Alajuela, el Mundial; ellos no quieren escuchar música. (Barboza, 2018. Entrevista personal)

Hernández (2018) también menciona que la duración recomendada de un programa: “va a depender de cada programados, por lo general la mayoría de programas de contenido duran de una hora a dos horas para poder desarrollar los temas, pero no existe una regla de oro, pueden existir programas de tres horas, media hora” (Hernández, 2018. Entrevista personal)

Lo anterior permite dejar al programador darle la duración o extensión a cada uno de los programas, según su parecer con respecto a lo dictado por los estudios de mercado.

A continuación, se presenta la tabla 6, que contiene la duración de cada uno de los programas de Radio Monumental que se transmiten diariamente, esta información se obtiene a partir de la observación y análisis del documento otorgado por Radio Monumental, la parrilla de programación correspondiente al 2014 y audios de la misma fecha.

Tabla 6. Duración de Programas del 2014

Programa	Duración
Costa Rica campesina	30 minutos
Acontecer agropecuario	30 minutos

Noticias Monumental	1 hora y 30 minutos
Nuestra Voz	2 horas
120 min	2 horas
Noticias Monumental	1 hora y 30 minutos
Escenario deportivo	1 hora y 30 minutos
Matices	1 hora y 30 minutos
Así es la cosa	30 minutos
Oro y grana	1 hora
Pelando el Ojo	2 horas
Noticias Monumental	1 hora
Hablemos del Deporte	1 hora y 30 minutos
La hora que ortiga	1 hora y 30 minutos

Nota: Elaboración propia con base en programación Monumental 2014.

En resumen, se puede determinar que en el 2014 se produjeron 18 horas con 30 minutos de programación diaria según la parrilla otorgada por Radio Monumental, sin tomar en cuenta los espacios en los que se transmitieron programas con repetición. A continuación, se presenta el desglose de la duración de cada uno de los programas de Monumental durante el 2017, según el documento analizado.

Tabla 7. Duración de Programas del 2017.

Programa	Duración
Acontecer agropecuario	30 minutos
Noticias Monumental	1 hora y 30 minutos
Nuestra Voz	2 horas
120 min	2 horas
Noticias Monumental	1 hora y 30 minutos
Escenario deportivo	1 hora y 30 minutos
Matices	1 hora y 30 minutos
Así es la cosa	30 minutos
Oro y grana	1 hora
Pelando el Ojo	2 horas
Noticias Monumental	1 hora

Hablemos del Deporte	1 hora y 30 minutos
----------------------	---------------------

Nota: Elaboración propia con base en Monumental 2017

Durante el 2017, Radio Monumental transmitió diariamente 16 horas con 30 minutos, según la parrilla de programación otorgada por Radio Monumental, sin tomar en cuenta los espacios en los que se transmitieron programas con repetición.

Es decir, la producción radiofónica de Radio Monumental disminuyó dos horas diarias en el 2017, dichas horas corresponden a 30 minutos de “Costa Rica Campesina” y 1 hora con 30 minutos de “La Hora que Ortiga.”

Unidad 1. Categoría 5: Emisiones diarias y frecuencia de los programas del 2014 y 2017.

En esta categoría se pretende determinar los programas de Radio Monumental que tienen una o varias emisiones a lo largo de un día y, a su vez, la frecuencia con la que se transmiten, ya sea de manera diaria, semanal o mensual.

Según Hernández (2018): “por lo general, para que los programas sean exitosos y mantengan una audiencia cautiva se deben transmitir diariamente, o por lo menos de lunes a viernes, así se crea el hábito de escuchar el mismo programa pero depende de lo que pretenda cada emisora” (Hernández, 2018. Entrevista personal)

A continuación, se presenta los datos obtenidos a través de la observación de la parrilla de programación del Radio Monumental con respecto al año 2014 y el análisis de contenido de los audios del 2014.

Tabla 8. Emisiones diarias y frecuencia de los programas del 2014.

Programa	Emisiones diarias	Frecuencia
Costa Rica Campesina	1	De lunes a viernes
Acontecer agropecuario	1	De lunes a viernes
Noticias Monumental	3	De lunes a viernes
Nuestra Voz	1	De lunes a viernes

120 min	1	De lunes a viernes
Escenario deportivo	1	De lunes a viernes
Matices	1	De lunes a viernes
Así es la cosa	1	De lunes a viernes
Oro y grana	1	De lunes a viernes
Pelando el Ojo	1	De lunes a viernes
Hablemos del Deporte	1	De lunes a viernes
La hora que ortiga.	1	De lunes a viernes

Nota: Elaboración propia con base en programación de Monumental, 2014.

Se determina que la mayoría de programas realizan una emisión diaria a excepción de Noticias Monumental que cuenta con tres emisiones de noticias y que todos los programas tienen una frecuencia diaria entre semana de lunes a viernes en la parrilla de programación del 2014 de Radio Monumental.

A continuación se presenta la emisión y frecuencia de los programas de Radio Monumental, según los datos obtenidos a través de la observación de la parrilla de programación del 2017.

Tabla 9: Emisiones diarias y frecuencia de los programas del 2014.

Programa	Emisiones diarias	Frecuencia
Acontecer agropecuario	1	De lunes a viernes
Noticias Monumental	3	De lunes a viernes
Nuestra Voz	1	De lunes a viernes
120 min	1	De lunes a viernes
Escenario deportivo	1	De lunes a viernes
Matices	1	De lunes a viernes
Así es la cosa	1	De lunes a viernes
Oro y grana	1	De lunes a viernes
Pelando el Ojo	1	De lunes a viernes
Hablemos del Deporte	1	De lunes a viernes

Nota: Elaboración propia con base en programación de Monumental, 2017.

Se determina que la mayoría de programas cuentan con una emisión diaria a excepción de Noticias Monumental, con tres emisiones de noticias diarias y que todos programas tienen una frecuencia diaria entre semana, de lunes a viernes, en la parrilla de programación del 2017 de Radio Monumental.

Comparando ambos escenarios, se puede determinar la variación con respecto a la cantidad de emisiones y de la frecuencia de transmisiones de los programas en el 2014 y 2017.

Unidad 1. Categoría 6: Mantenimiento de la parrilla de programación y el Balance Scorecard.

Esta categoría analiza la necesidad del medio por mantener la parrilla de programación en el 2014 y 2017. Según Viquez (2018), el mantenimiento constante en la parrilla de Radio Monumental se debe al éxito de cada uno de los programas: “un programa que logra trascender durante tanto tiempo en un horario, es por el público que lo escucha”

Agregando que:” la voz del pueblo es la voz de Dios, y si a la gente no le gusta al final no funcionan y hay que quitarlos, entonces, en mi caso yo entro en un proceso de evaluación de unos seis a siete meses para ver cómo va el programa, si se puede levantar, si se puede mejorar o simplemente a la audiencia no le gusta, entonces se quita o se mueve de horario.”

Por otra parte, Rivera (2018) menciona que es fácil mantener la parrilla de programación de Monumental ya que tienen: “la ventaja de que tenemos programas exitosos normalmente en todas las ramas ... y cuando vos logras la excelencia en la programación, realmente no es tan complicado, simplemente te baja o te sube la audiencia respecto a lo tradicional del mercado... pero generás..una cosa que se llama herencia, que le dejas un piso público” al siguiente programa.

Esta programación se consigue a través de métodos para buscar la excelencia de las emisoras, como el método “Balance Score Card, según Viquez (2018): “...todo se basa en un plan estratégico para obtener nuevas perspectivas de aprendizaje y conocimiento”. Rivera (2018) por su parte menciona que: “nosotros (Radio Monumental) hacemos algo los fines de año que se

llama los planes operativos, pero no son planes operativos normales, sino que usamos un método de la Universidad de Harvard que se llama el” Balance Score Card”

El “Balance Score Card” o también conocido como el Cuadro de Mando Integral es un sistema administrativo que pretende que las empresas no basen sus estrategias de crecimiento y éxito en base a indicadores o aspectos financieros sino que motiven a sus colaboradores a alcanzar resultados, según un plan estratégico. **Rivera (2018)** “...si vos lo notás, desde tu objetivo específico, que se mide con metas, hasta el objetivo más general de la empresa, todo va cruzado exactamente con la misma línea, entonces, eso se hace con todas las emisoras de Central de Radios, no solo con Monumental...”

Según lo expuesto por los entrevistados, las observaciones de documentos y análisis de contenido se pueden determinar que, a pesar de que Radio Monumental utiliza el método de “Balance Scorecard” en la comparación entre parrilla de programación del 2014 y 2017 no se visualizan ajustes o cambios en la programación de la emisora a pesar de las variaciones que muestran las franjas horarias con respecto a la audiencia de cada programa.

Unidad de análisis 2: Audiencia

En esta segunda unidad de análisis se utilizan las observaciones realizadas a partir de los documentos obtenidos por IPSOS, sobre el Estudio General de Medios (EGM) del año 2014 y 2017; además de las opiniones de los expertos derivadas de las entrevistas de profundidad realizadas para conocer el funcionamiento e interpretación de dichas encuestas.

Partiendo del primero objetivo de este estudio, se realizará una comparación entre los estudios correspondientes al EGM Acumulada del 2014 con respecto al EGM Acumulada del 2017. En esta unidad de análisis llamada “Audiencia” se seleccionaron las siguientes categorías:

- Posición nacional de Radio Monumental, según IPSOS en el 2014 y el 2017.
- Comparación de la audiencia de cada programa de Radio Monumental.
- Identificar las audiencias de la emisora.

- Comparación del EGM Acumulada de Radio Monumental y Columbia en el 2014 y 2017.

Unidad 2: Categoría 1: Posición nacional de Radio Monumental, según IPSOS en el 2014 y el 2017.

En esta categoría se analiza y compara la posición nacional de Radio Monumental, según la Encuesta General de Medios Acumulada del 2014 y el 2017, según los documentos otorgados por IPSOS correspondientes a los años anteriormente mencionados, por medio de la observación, análisis de documentos y entrevistas a profundidad.

Antes de realizar la comparación mencionada anteriormente es importante detallar la importancia EGM acumulada y los datos que esta revela, para efectos de esta investigación se realizaron entrevistas a profundidad varios expertos en el tema, quienes explican cómo se interpreta y cuál es la importancia de dicha encuesta para las radioemisoras.

Para abordar el tema, los entrevistados a profundidad concuerdan en que IPSOS es la empresa oficial que realiza el trabajo de investigación o estudios especializados para determinar la cantidad de personas que escuchan radio, su clasificación y preferencias en cuanto al consumo de este medio.

IPSOS es una casa de estadística española de mucho prestigio, que opera en Costa Rica, brindando varios estudios de mercado a los radiodifusores y de esta forma obtener verazmente los números de su audiencia, esto según Viquez (2018).

Actualmente, Radio Monumental utiliza los servicios de IPSOS, ya que según Calvo (2018) menciona que: “Hay una empresa que se llama IPSOS, que es la que lleva el registro de las oleadas de audiencia y nos las está presentando trimestralmente. A nivel de números específicos yo no sé cuánta gente nos escuchará, pero porcentualmente...sí es un porcentaje muy importante...” (Calvo, 2018. Entrevista personal)

Cada tres meses, IPSOS entrega una encuesta aplicada a una parte de la muestra, a la que se le denomina “oleada”, al año se entregan 4 oleadas, a partir de los resultados de las 4 oleadas

se obtiene el Estudio General de Medios Acumulada, que corresponde a la unificación de las 4 encuestas anteriormente mencionadas, para sí obtener el comportamiento de la audiencia a lo largo de un año.

Con respecto al EGM Acumulado, Madrigal (2018) menciona que:” Se llama acumulado porque se suman los resultados de 4 oleadas trimestrales y se unifican en un solo estudio para tener algo más cercano a la realidad. Entre mayor sea la muestra, más cercano a la realidad son los resultados” (Madrigal, 2018. Entrevista personal)

Según la entrevista a profundidad realizada a Villalobos (2018) quien laboró en Radio Monumental desde 1980 hasta 1997, menciona que: “En los viejos tiempos una encuesta se hacía cada año, ahora los estudios como el EGM, cada tres meses te está dando una oleada, entonces cada tres meses tenemos una retroalimentación de lo que piensa el público, no solo sobre la emisora, sino sobre cada programa particular y cada franja horaria” (Villalobos, 2018. Entrevista personal)

La encuesta en estudio, llamada Estudio General de Medios Acumulada, no solo revela datos como la posición de una emisora o su audiencia en general, según Viquez (2018):IPSOS...te saca un estudio por edades, por niveles socioeconómicos, por personas divorciadas, por personas solteras, te hace un “versus” en cuanto a grupos radiofónicos... te saca... un sinnúmero de algoritmos, para poder saber cuánta cantidad de gente, de acuerdo al universo que te da IPSOS en cuanto a encuestados, podés saber fielmente cuántas personas dijeron que escuchan tu emisora, cuántas no, cuántas oyentes ganó la competencia, es bastante completo... entonces, yo de ahí también puedo partir qué impacto tiene un locutor mío en audiencia o qué impacto tiene un programa a horas definidas (Viquez, 2018. Entrevista personal)

Por lo anteriormente expuesto por los entrevistados, se puede entender que del EGM Acumulado se puede obtener información específica y detallada de la audiencia y del perfil de su audiencia en todo un año.

Al igual que Viquez, Madrigal (2018) asegura que: “La encuesta te puede decir... cuántos oyentes tenés cada media hora y saber si un programa está funcionando o no, o, si un locutor está

funcionando o no, o, si una programación está funcionando o no, porque usted puede ver ahí (en el EGM) si la audiencia sube o baja dependiendo de las medias horas.” (Madrigal, 2018. Entrevista personal)

Por otra parte, Madrigal (2018) enfatiza que también la encuesta sirve para asuntos de comercialización: “la emisora recibe este estudio y puede saber dónde están sus características o sus ventajas competitivas en ciertos nichos y dedicar los esfuerzos de ventas a esos productos que le pueden servir a su emisora” (Madrigal, 2018. Entrevista personal)

Al igual que Madrigal, Villalobos (2018) agrega que: “esa medición obviamente tiene impacto a nivel publicitario, porque si vos querés vender tu programa, tu emisora, lo primero que va a pedir la agencia o el cliente es medirte de acuerdo a cómo saliste en las últimas oleadas o la última oleada del EGM” (Villalobos, 2018. Entrevista personal)

Con respecto al aporte de Madrigal y Villalobos, se observa que la importancia de dicha encuesta no solo radica en la posible audiencia de la emisora o en el impacto directo en saber “lo que sirve y no sirve” en la programación, sino que al final se traduce en la herramienta principal para la comercialización y rentabilidad de la radioemisora.

En contraparte, Rivera (2018) actual Director de Noticias Monumental comenta que este estudio no aporta información exacta minuto a minuto y que presenta deficiencia en cuanto a contenido se refiere: “las radios de Costa Rica se miden por recaudación entonces es muy complicado, porque a vos vas y te preguntan ¿En qué emisora oyó noticias el último mes?, pero a ver si te acordás.” (Rivera, 2018. Entrevista personal)

Rivera (2018) expone que ha estado intentando que se incluya el “people meter” a la radio, de esta forma “podría ver claramente si la nota específica sobre la sentencia sobre la Corte Internacional de Justicia me subió una audiencia o me bajó audiencia o nos permitiría medir si cuando Randall presenta noticias sube o baja en este momento; no tenemos esta herramienta, lo único que yo puedo saber es en qué lugar estoy en la encuesta tres meses después de que mi contenido salió.” (Rivera, 2018. Entrevista personal)

La Encuesta General de Medios de IPSOS, a pesar de no brindar información del contenido minuto a minuto, sí otorga información en cuanto a audiencia trimestral se refiere, por tal motivo, es que en este estudio se incluyó a estudio la EGM Acumulada para conocer si la audiencia en general de Radio Monumental ha cambiado entre los años 2014 y 2017, además de conocer el comportamiento de cada uno de sus programas en los años anteriormente mencionados.

Como se puede observar en Apéndice E y F, llamados respectivamente: “Estudio de Medios Acumulada 2014” y “Estudio de Medios Acumulada 2017” las cuales corresponden a las encuestas de EGM Acumula del año 2014 y 2017 respectivamente, se encuentra un encabezado que muestra que:

- Ambas encuestas tienen un total de universo de 2.508.625 personas, lo cual corresponde a la cantidad de gente que escucha radio en Costa Rica y sobre el cual se proyecta la encuesta.
- En el año 2014 la muestra obtenida fue de 12.011 personas entrevistadas, mientras que en el 2017 se entrevistó a un total de 10.231 personas ambas de nivel ponderado.
- El estudio es basado en la U30, refiriéndose a la cantidad de personas que escuchan radio en 30 días. (Madrigal, 2018)

Esta investigación es de carácter cualitativo, pero se utilizaron los puntos de rating de Radio Monumental con el objetivo de explicar y demostrar de forma científica, si la radioemisora presenta un aumento o disminución de su audiencia entre los años en estudio.

Con respecto a la audiencia de Radio Monumental se observa que durante el 2014 (Apéndice E) aparece en la casilla 11, lo que significa que, en ese año, era la onceava emisora más escuchada de Costa Rica, con una audiencia de 7,20%.

Extracto de apéndice E: Estudio de Medios Acumulada 2014

11	93.5 - Monumental	7,20 %
----	-------------------	--------

Nota: Obtenido de la EGM Acumulada 2014 de IPSOS

Por otra parte, en el apéndice F, se puede observar que Radio Monumental, se ubica en la posición 16, con 4.56% de audiencia.

Extracto de apéndice F: Estudio de Medios Acumulada 2014

16	93.5 – Monumental	4,56 %
----	-------------------	--------

Nota: Obtenido de la EGM Acumulada 2017 de IPSOS

Comparando la información obtenida por la EGM Acumulada del 2014 y 2017 se entiende que Radio Monumental en el 2017 descendió 5 posiciones en la tabla general de las radioemisoras y que su audiencia disminuyó un 2,64% con respecto al 2014.

Los expertos tratan de dar una explicación con respecto a este cambio en la audiencia de Radio Monumental, Villalobos (2018) menciona que: normalmente Monumental estaba entre las 10 primeras, pero entiendo que ya salió de las 10 primeras, ya que Monumental a nivel general, o sea, ya las noticias no se han renovado, Monumental depende mucho de Pelando el Ojo, un poquito Pelando el Ojo, Amelia Rueda temprano en la mañana, pero el resto de la programación no es así, la gran cosa y también es como muy tradicional. (Villalobos, 2018. Entrevista personal)

Madrigal (2018), al igual que Villalobos también expone que Radio Monumental: los programas nunca evolucionaron (refiriéndose a Pelando el Ojo y a Nuestra Voz) y el resto de la programación no es relevante a nivel nacional, los Noticieros solo competían con Radio Reloj y Columbia pero Reloj cerró, entonces se quedaron solo con Columbia; ahora tiene competencia, desde que salió Teletica Radio y también otras emisoras que no tienen noticieros, contratan servicios de internet y los pasan como micro noticieros como los de AM Prensa y CR Mundo, que los venden o regalan a emisoras y ya el oyente puede ir escuchando una emisora musical como IQ y en el micro, enterarse de las noticias más relevantes sin tener que escuchar todo un noticiero. (Madrigal, 2018. Entrevista personal)

Por otra parte, Víquez (2018) menciona que: Monumental que siempre ha sido una emisora que está en las primeras diez... con muchísima credibilidad dentro de sus escuchas para todos los contenidos desde que arranca la mañana con Doña Amelia, hasta los noticieros también con Randall, la manera en la que aquí (Monumental) se da el tipo de noticia, cómo se maneja la noticia, pero sucedió algo interesante, hubo un bajonazo...

nos sentamos a analizar por qué, que pasó, que podíamos mejorar a nivel de identificadores que ya estaban un poquito obsoletos, cambiarle un poquito la imagen a nivel de producción y a nivel de programación, entonces se lograron afinar unos programas. (Viquez, 2018. Entrevista personal).

En esta categoría se logró explicar el funcionamiento e importancia del EGM Acumulada para una radioemisora como Monumental, se comparó la información brindada por IPSOS con respecto a la audiencia de la emisora en el 2014 y 2017, demostrando un cambio importante en su audiencia de manera negativa.

A continuación, dentro de esta misma unidad de análisis se presentarán otras categorías donde se compara la audiencia, en edad, sexo y nivel socioeconómico de Radio Monumental, así como la audiencia de cada uno de sus programas.

Unidad 2. Categoría 2: Comparación de la audiencia de cada programa de Radio Monumental.

Esta categoría se desglosa el “rating” de cada uno de los programas de Radio Monumental, para determinar cuáles aumentaron y cuáles disminuyeron con respecto a la información observada en el EGM Acumulada del 2014 y del 2017.

Antes de presentar los datos de los EGM Acumulada de los años en estudio, durante las entrevistas a profundidad realizadas a expertos que trabajan en Radio Monumental, mencionaron que sus programas mantienen o aumentaron su rating entre el 2014 y 2017.

Calvo (2018), quien es el director de Pelando el Ojo, programa que se transmite en Radio Monumental, menciona que: “Las audiencias varían constantemente, eso sí es muy importante de aclarar. A nivel de Monumental, hay 3 picos fundamentales. Uno que es en la mañana con Amelia Rueda, otro que es deportes y otro que es Pelando el Ojo. Tenemos un porcentaje muy importante, muy cautivo que tenemos en las tardes y eso nos hace comprometernos cada día más para mantener esa audiencia, a través de estos 16 años.” (Calvo, 2018. Entrevista personal)

Viquez (2018) Gerente en producción de Central de Radio, grupo radiofónico al que pertenece Monumental, menciona que el programa: 120 Minutos que lo tenemos aquí en Monumental y que en cuestión de poco tiempo ya es líder en su franja horaria ¿por qué? por el tipo de audiencia que escucha 120 Minutos, el tipo de mensaje que se da, y la forma en la cual se dan las cosas a nivel de estrategia, entonces, un programa logra trascender durante tanto tiempo en un horario por el público que lo escucha...(Viquez, 2018. Entrevista personal)

Por otra parte, Rivera (2018) menciona que: Monumental tiene la ventaja de que normalmente cuenta con programas exitosos en todas las ramas; es decir, tenemos el noticiero número uno y, el programa de opinión número uno en el país, y te los estoy dando en orden de programación, el programa de polémica deportiva más importante del país, el noticiero de radio de medio día más importante del país, tenemos un programa de deportes con mucha experiencia que es el del medio día, que a esa hora es el número uno del país, tenemos noticias que siguen siendo en las entrevistas el número uno del país y entramos a Pelando el Ojo que sigue siendo el número uno del país. (Rivera, 2018. Entrevista personal)

En la misma entrevista Rivera (2018) menciona que: una ventaja competitiva de Monumental respecto a otras emisoras, es la pertenencia, esa pertenencia siempre se obtiene una vez que vos sos parte de la comunidad Monumental, no un oyente; normalmente te quedas en esa parte de la comunidad Monumental.

Luego se le realizó la pregunta: ¿Han podido notar el aumento en la audiencia desde que implementaron esas medidas? A lo que Rivera respondió: “Lo hemos podido notar...” (Rivera, 2018. Entrevista personal)

Puntualizando las citas de los entrevistados a profundidad: Calvo menciona que Pelando el Ojo tiene un rating importante, el cual tratan de mantener; Viquez expone que 120 Minutos es líder en esa franja horaria y Rivera explica que todos los programas de Radio Monumental son líderes en su franja horaria y que han podido notar un aumento en su audiencia.

La información, anteriormente brindada por los expertos, se va a comparar con los datos que a continuación se presentan para corroborar datos, ver semejanzas y diferencias.

A continuación se exponen datos y porcentajes numéricos, extraídos del EGM Acumulada, incluida en el apéndice G, llamado: “Rating de programas de Radio Monumental 2014 IPSOS” y el apéndice H: “Rating de programas de Radio Monumental 2014 IPSOS” con el único fin de comparar los rating de ambos años en investigación.

A partir de los datos obtenidos en la EGM Acumulada del 2014 y 2017, se elaboró la tabla de Comparación del rating de programas de Radio Monumental del 2014 y 2017, la cual se puede encontrar en el apéndice I de este estudio, donde se puede observar el “rating” de cada programa desglosado por horario de medias horas de la programación de Radio Monumental, tanto del 2014 como del 2017, además de una evaluación, determinando si el rating aumento o disminuyó.

En dicho análisis se observó que:

- Costa Rica Campesina

Extracto de apéndice I: Tabla de comparación del rating de programas de Radio Monumental del 2014 y 2017

Horario	Programas 2014	Rating 2014	Programas 2017	Rating 2017	Evaluación
04.00 a 04.30	Costa Rica campesina	0,01 %	(ya no se transmite)	0,01 %	Se mantiene
04.30 a 05.00	Costa Rica campesina	0,01 %	(ya no se transmite)	0,02 %	Aumentó

Nota: Elaboración propia con base en al EGM Acumulada del 2014 y 2017 de IPSOS.

Al evaluar el programa Costa Rica Campesina del 2014 en comparación a la programación del 2017, el cual ya no se transmite y en su lugar se emite la repetición del programa “Pelando el Ojo” de 04:00 a 04:30 de la mañana, el rating se mantiene mientras que el de 04:30 a 05:00 de la mañana aumentó.

- Acontecer Agropecuario

Extracto de apéndice I: Tabla de comparación del rating de programas de Radio Monumental del 2014 y 2017

Horario	Programas 2014	Rating 2014	Programas 2017	Rating 2017	Evaluación
---------	----------------	-------------	----------------	-------------	------------

05.00 a 05.30	Acontecer agropecuario	0,12 %	Acontecer agropecuario	0,10 %	Disminuyó
---------------	------------------------	--------	------------------------	--------	-----------

Nota: Elaboración propia con base en el EGM Acumulada del 2014 y 2017 de IPSOS.

En el programa Acontecer Agropecuario que solo se transmite durante media hora de 5:00 a 5:30 de la mañana, se observa como el rating era de 0,12% en el 2014, mientras que en el 2017 fue de 0,10%.

- Noticias Monumental I Emisión

Extracto de apéndice I: Tabla de comparación del rating de programas de Radio Monumental del 2014 y 2017

Horario	Programas 2014	Rating 2014	Programas 2017	Rating 2017	Evaluación
05.30 a 06.00	Noticias Monumental	0,23 %	Noticias Monumental	0,15 %	Disminuyó
06.00 a 06.30	Noticias Monumental	0,69 %	Noticias Monumental	0,49 %	Disminuyó
06.30 a 07.00	Noticias Monumental	0,80 %	Noticias Monumental	0,52 %	Disminuyó

Nota: Elaboración propia con base en el EGM Acumulada del 2014 y 2017 de IPSOS.

Se puede observar que Noticias Monumental en su primera emisión de 5:30 a 7:00 de la mañana se presenta una disminución en cada una de las franjas, siendo la franja de 6:30 a 7:00am. la más representativa, bajando un 0,28% de rating en el 2017 con respecto al 2014.

- Nuestra Voz

Extracto de apéndice I: Tabla de comparación del rating de programas de Radio Monumental del 2014 y 2017

Horario	Programas 2014	Rating 2014	Programas 2017	Rating 2017	Evaluación
07.00 a 07.30	Nuestra Voz	0,91 %	Nuestra Voz	0,71 %	Disminuyó
07.30 a 08.00	Nuestra Voz	0,85 %	Nuestra Voz	0,57 %	Disminuyó
08.00 a 08.30	Nuestra Voz	0,82 %	Nuestra Voz	0,61 %	Disminuyó
08.30 a 09.00	Nuestra Voz	0,81 %	Nuestra Voz	0,62 %	Disminuyó

Nota: Elaboración propia con base en el EGM Acumulada del 2014 y 2017 de IPSOS.

En el recuadro anterior, correspondiente al programa Nuestra Voz, se puede determinar que en cada media hora de transmisión hay una disminución del rating general del programa, el rating bajó en un 0,22% en el 2017 con respecto al 2014.

- 120 Minutos

Extracto de apéndice I: Tabla de comparación del rating de programas de Radio Monumental del 2014 y 2017

Horario	Programas 2014	Rating 2014	Programas 2017	Rating 2017	Evaluación
09.00 a 09.30	120 min	0,64 %	120 min	0,74 %	Aumentó
09.30 a 10.00	120 min	0,63 %	120 min	0,72 %	Aumentó
10.00 a 10.30	120 min	0,60 %	120 min	0,78 %	Aumentó
10.30 a 11.00	120 min	0,59 %	120 min	0,71 %	Aumentó

Nota: Elaboración propia con base en el EGM Acumulada del 2014 y 2017 de IPSOS.

Al comparar el rating del programa 120 Minutos del 2014, con el rating del 2017 se puede observar un aumento general durante todo el programa. Como se demuestra en la tabla anterior, la franja horaria de 10:00 a 10:30 de la mañana, es la que representa mayor crecimiento del rating.

- Noticias Monumental II Emisión

Extracto de apéndice I: Tabla de comparación del rating de programas de Radio Monumental del 2014 y 2017

Horario	Programas 2014	Rating 2014	Programas 2017	Rating 2017	Evaluación
11.00 a 11.30	Noticias Monumental	0,57 %	Noticias Monumental	0,52 %	Disminuyó
11.30 a 12.00	Noticias Monumental	0,54 %	Noticias Monumental	0,50 %	Disminuyó
12.00 a 12.30	Noticias Monumental	0,58 %	Noticias Monumental	0,34 %	Disminuyó

Nota: Elaboración propia con base en el EGM Acumulada del 2014 y 2017 de IPSOS.

Noticias Monumental en su emisión del medio día, no presentó un aumento, al contrario, durante sus dos primeras franjas horarias disminuye no más de 0,5% pero en la última franja horaria, de 12:00 a 12:30 de la tarde, se puede observar una bajada de 0,24% del rating del 2017, contrastado con el rating del 2014.

- Escenario Deportivo

Extracto de apéndice I: Tabla de comparación del rating de programas de Radio Monumental del 2014 y 2017

Horario	Programas 2014	Rating 2014	Programas 2017	Rating 2017	Evaluación
12.30 a 13.00	Escenario deportivo	0,54 %	Escenario deportivo	0,43 %	Disminuyó
13.00 a 13.30	Escenario deportivo	0,49 %	Escenario deportivo	0,36 %	Disminuyó
13.30 a 14.00	Escenario deportivo	0,41 %	Escenario deportivo	0,32 %	Disminuyó

Nota: Elaboración propia con base en el EGM Acumulada del 2014 y 2017 de IPSOS.

Analizando los datos correspondientes al programa Escenario deportivo presenta una disminución de rating en sus tres medias horas del año 2017, en comparación con el rating del año 2014.

- Matices

Extracto de apéndice I: Tabla de comparación del rating de programas de Radio Monumental del 2014 y 2017

Horario	Programas 2014	Rating 2014	Programas 2017	Rating 2017	Evaluación
14.00 a 14.30	Matices	0,49 %	Matices	0,26 %	Disminuyó
14.30 a 15.00	Matices	0,47 %	Matices	0,24 %	Disminuyó
15.00 a 15.30	Matices	0,47 %	Matices	0,35 %	Disminuyó

Nota: Elaboración propia con base en el EGM Acumulada del 2014 y 2017 de IPSOS.

En la tabla anterior puede demostrarse que el programa Matices con horario de 2:00 a 3:30 de la tarde presenta una disminución en el 2017 con respecto al 2014, especialmente en las dos primeras franjas horarias.

- Así es la cosa

Extracto de apéndice I: Tabla de comparación del rating de programas de Radio Monumental del 2014 y 2017

Horario	Programas 2014	Rating 2014	Programas 2017	Rating 2017	Evaluación
15.30 a 16.00	Así es la cosa	0,46 %	Así es la cosa	0,40 %	Disminuyó

Nota: Elaboración propia con base en el EGM Acumulada del 2014 y 2017 de IPSOS.

El programa, Así es la cosa, disminuyó durante su única media hora de programación en un 0,6% en el rating del 2017, versus el rating del 2014.

- Oro y Grana

Extracto de apéndice I: Tabla de comparación del rating de programas de Radio Monumental del 2014 y 2017

Horario	Programas 2014	Rating 2014	Programas 2017	Rating 2017	Evaluación
16.00 a 16.30	Oro y grana	0,41 %	Oro y grana	0,34 %	Disminuyó
16.30 a 17.00	Oro y grana	0,46 %	Oro y grana	0,29 %	Disminuyó

Nota: Elaboración propia con base en el EGM Acumulada del 2014 y 2017 de IPSOS.

Oro y Grana presenta una disminución de su rating en ambas franjas de horario del 2017, siendo la segunda franja la que representa mayor disminución.

- Pelando el Ojo

Extracto de apéndice I: Tabla de comparación del rating de programas de Radio Monumental del 2014 y 2017

Horario	Programas 2014	Rating 2014	Programas 2017	Rating 2017	Evaluación
17.00 a 17.30	Pelando el Ojo	0,59 %	Pelando el Ojo	0,31 %	Disminuyó
17.30 a 18.00	Pelando el Ojo	0,58 %	Pelando el Ojo	0,27 %	Disminuyó
18.00 a 18.30	Pelando el Ojo	0,44 %	Pelando el Ojo	0,25 %	Disminuyó
18.30 a 19.00	Pelando el Ojo	0,34 %	Pelando el Ojo	0,21 %	Disminuyó

Nota: Elaboración propia con base en el EGM Acumulada del 2014 y 2017 de IPSOS.

Pelando el Ojo presenta una disminución en todas las medias horas en estudio, entre el 2017 con respecto al 2014. La segunda franja horaria es la que demuestra una mayor disminución en el rating, cayendo 0,31% en el 2017, en relación con el 2014.

- Noticias Monumental III Emisión

Extracto de apéndice I: Tabla de comparación del rating de programas de Radio Monumental del 2014 y 2017

Horario	Programas 2014	Rating 2014	Programas 2017	Rating 2017	Evaluación
19.00 a 19.30	Noticias Monumental	0,22 %	Noticias Monumental	0,14 %	Disminuyó
19.30 a 20.00	Noticias Monumental	0,19 %	Noticias Monumental	0,15 %	Disminuyó

Nota: Elaboración propia con base en el EGM Acumulada del 2014 y 2017 de IPSOS.

La última emisión de Noticias Monumental, también presentó una disminución durante su transmisión; en general representa una pérdida del 0,6% de rating durante el 2017, en comparación con el 2014.

- Hablemos del deporte

Extracto de apéndice I: Tabla de comparación del rating de programas de Radio Monumental del 2014 y 2017

Horario	Programas 2014	Rating 2014	Programas 2017	Rating 2017	Evaluación
20.00 a 20.30	Hablemos del Deporte	0,18 %	Hablemos del Deporte	0,03 %	Disminuyó
20.30 a 21.00	Hablemos del Deporte	0,19 %	Hablemos del Deporte	0,03 %	Disminuyó
21.00 a 21.30	Hablemos del Deporte	0,30 %	Hablemos del Deporte	0,07 %	Disminuyó

Nota: Elaboración propia con base en el EGM Acumulada del 2014 y 2017 de IPSOS.

El programa deportivo Hablamos del Deporte, disminuyó en sus tres medias horas de programación, siendo la última franja horaria la que representa la mayor disminución del rating, en un 0,23% en el 2017.

- La Hora que Ortiga

Extracto de apéndice I: Tabla de comparación del rating de programas de Radio Monumental del 2014 y 2017

Horario	Programas 2014	Rating 2014	Programas 2017	Rating 2017	Evaluación
21.30 a 22.00	La hora que ortiga	0,42 %	(ya no se transmite)	0,07 %	Disminuyó
22.00 a 22.30	La hora que ortiga	0,23 %	(ya no se transmite)	0,04 %	Disminuyó
22.30 a 23.00	La hora que ortiga	0,51 %	(ya no se transmite)	0,01 %	Disminuyó

Nota: Elaboración propia con base en el EGM Acumulada del 2014 y 2017 de IPSOS.

Finalmente, el programa se puede observar en el extracto de la tabla anterior que el programa “La Hora que Ortiga” que se transmitía en el 2014 hasta finales del 2016 presentó una disminución en el rating, a pesar de que durante el 2017 se programó en ese espacio la repetición de Matices.

Por la información analizada anteriormente, se deduce que no solamente el rating general de Radio Monumental ha disminuido, sino que casi todos sus programas presenta una disminución importante en el año 2017 con respecto al 2014, a excepción de la franja horario de

04.00 a 04.30 de la mañana que mantiene el mismo rating, mientras que de 04.30 a 05.00 de la mañana aumentó en el 2017, al igual que el programa 120 Minutos que se transmite de 9:00 a 11:00 de la mañana que también presenta un aumento.

Al inicio de esta categoría se presentó la opinión de los expertos entrevistados a través de la entrevista de profundidad.

Calvo menciona que Pelando el Ojo tiene un rating importante, el cual tratan de mantener, pero como se observó este ha disminuido, Víquez expone que 120 Minutos es líder en esa franja horaria y como efectivamente se muestra en la tabla comparativa, este es el único programa que aumenta su rating y Rivera quien explica que todos los programas de Radio Monumental son líderes en su franja horaria y que han podido notar un aumento en su audiencia, según la EGM acumulada del 2017 se detalla que han disminuido a excepción del programa 120 Minutos.

Por otra parte, para agregar un punto diferente pero válido, Álvarez (2018) menciona que las emisoras del perfil informativo presentan una disminución en la audiencia debido a la falta de credibilidad al no tener periodistas de peso presentando las noticias:

Rupert Alvarado que uno sabía quién era, sabía quién era Chicho Ruíz, Nelson Hoffman, Rigoberto Quiabra, ni que decir don Rolando Ángulo en Radio Periódicos Reloj, en Monumental y en Columbia habían grandes figuras de la radio, que hoy se disiparon. Hoy incluso, si hablamos de las emisoras tradicionales, Columbia y Monumental, pocas personas podrían identificar figuras de peso que estén desempeñándose en esos medios, razón por la cual poco a poco pierden audiencia.” (Álvarez, 2018, Entrevista personal)

Para poder visualizar de una mejor manera los altos y bajos del rating de cada uno de los programas de Radio Monumental, en la figura 1: Franjas horarias Monumental 2014 y en la figura 2: Franjas horarias Monumental 2017 las cuales corresponden a las Franjas Horarias de Radio Monumental de los años en estudio, se puede observar dicha disminución en el 2017 con respecto al 2014.

En la próxima categoría se estudiará la audiencia o audiencias de Radio Monumental.

Unidad 2. Categoría 3: Identificar las audiencias de la emisora.

Antes de iniciar con la investigación del EGM Acumulada del 2014 y 2017 para identificar las audiencias de la emisora, es importante recurrir a la información brindada por algunos de los expertos que fueron entrevistados a profundidad sobre la audiencia.

Según el actual Director de Noticia Monumental, Rivera (2018) menciona que: si vos analizas las encuestas resulta que por ejemplo Monumental hace cinco años tenía un alcance sobre la principal audiencia que era hombres particularmente con edades entre 35 y 65 años, ahí fue donde nos dimos cuenta que había que bajar un poco la edad y hacer algo más agradable y resulta que los últimos estudios nos han demostrado que fuimos exitosos en eso, que hoy nuestro “target”, nuestro público meta más específico, son hombres entre 25 y 65 años es decir logramos bajar diez años la cantidad de gente que nos oye.” (Rivera, 2018, Entrevista personal)

Calvo (2018) menciona que está realizando un cambio de audiencia en Pelando el Ojo: “Estoy tratando de capturar desde hace algún tiempo gente más joven, para cautivar oyentes nuevos y no solamente a los que ya tengo desde hace muchos años. De ahí es de donde viene el juego de audiencia, de tratar de jalar gente nueva a un programa que ha sido mayoritariamente de un público de 25 años para arriba.” (Calvo, 2018, Entrevista personal)

Viquez (2018) por su parte menciona que: “si vos en algún momento tenés la experiencia de escuchar una primer emisión de noticias Monumental te das cuenta que el noventa por ciento de las llamadas son menores de treinta cinco años y ahí te descuenta también de cómo estas logrando llegar por medio de la relevancia a poblaciones más jóvenes.” (Viquez, 2018, Entrevista personal)

Los tres expertos anteriormente citados, quienes laboran para Radio Monumental en la actualidad, mencionan las audiencias a las que están dirigidos los programas. A partir de las siguientes tablas se puede determinar que:

- La audiencia entre hombres y mujeres de Radio Monumental

Tabla 10: Audiencia comparada – Sexo - Ipsos 2014 y 2017

Acumulado 2014		Sexo	
Modalidades	Total	Hombre	Mujer
93.5 - Monumental	7,20 %	10,69 %	3,94 %
ACUMULADO 2017		Sexo	
Modalidades	Total	Hombre	Mujer
93.5 - Monumental	4,65 %	7,20 %	2,27 %

Nota: Elaboración propia con base en EGM IPSOS 2014 y 2017

Se puede determinar que en el 2014 la audiencia de Radio Monumental era mayormente de hombres, al igual durante el 2017, por lo que, si concuerda con Rivera, a quien se cita al inicio de esta categoría.

- La audiencia por edades en Radio Monumental

Tabla 11: Audiencia comparada - Edades- IPSOS 2014 y 2017

Acumulado 2014		Edad (10 en 10)					
Modalidades	Total	13 a 19	20 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 y más
93.5 - Monumental	7,20 %	2,55 %	4,43 %	5,82 %	10,61 %	10,07 %	11,14 %
ACUMULADO 2017		Edad (10 en 10)					
Modalidades	Total	13 a 19	20 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 y más
93.5 - Monumental	4,65 %	1,42 %	2,68 %	3,95 %	5,34 %	8,07 %	7,58 %

Nota: Elaboración propia con base en EGM IPSOS 2014 y 2017

Como se observa en la tabla anterior, en el 2014 la mayoría de su público era de 55 y más como público principal, seguido por las edades con el rango de 35 a 44 y en tercer rango de 45 a 54 años. Durante el 2017 su principal público es de 45 a 55 años, el segundo rango es de 55 y más y como tercer rango de 35 a 44 años. En ambos casos predomina la edad entre los 35 a 55 y más años, como foco principal. Por tal razón no se concuerda con Rivera, Víquez y Calvo.

- La audiencia, según nivel socioeconómico.

Tabla 12: Audiencia comparada – Nivel Socioeconómico. IPSOS 2014 y 2017

Acumulado 2014		NSE (Nivel Socio Económico)				
Modalidades	Total	Alto	Medio Alto	Medio Medio	Medio Bajo	Bajo
93.5 - Monumental	7,20 %	10,58 %	9,47 %	6,52 %	6,96 %	4,89 %
ACUMULADO 2017		NSE (Nivel Socio Económico)				
Modalidades	Total	Alto	Medio Alto	Medio Medio	Medio Bajo	Bajo
93.5 - Monumental	4,65 %	9,64 %	7,46 %	4,15 %	3,14 %	1,64 %

Nota: Elaboración propia con base en EGM IPSOS 2014 y 2017

Según los datos mostrados anteriormente, en el 2014 la emisora era escuchada por el nivel socioeconómico alto y medio alto, al igual que en el 2017.

A continuación, se presenta la cuarta categoría de esta Unidad 2.

Unidad 2. Categoría 4: Comparación del EGM Acumulada de Radio Monumental y Radio Columbia en el año 2014 y 2017.

Esta categoría surge a partir de la necesidad de comparar Radio Monumental con otra emisora del mismo formato, estilo, reconocimiento nacional y solidez, esta comparación se realizará por medio de la observación y análisis de documentos.

Como se pudo observar en la segunda categoría de esta Unidad 2, Rivera menciona que los programas de Radio Monumental son los líderes a nivel nacional, por tal razón es que se realiza esta categoría, con el fin de averiguar por medio de la comparación de los EGM Acumulados el rating de ambas emisoras y así partir de un hecho.

Recapitulando

Rivera (2018): Monumental tiene la ventaja de que tenemos programas exitosos normalmente en todas las ramas; es decir, tenemos el noticiero número uno en el país, el programa de opinión número uno en el país, y te los estoy dando en orden de programación, el programa de polémica deportiva más importante del país, el noticiero de radio de medio día más importante del país, tenemos un programa de deportes con mucha

experiencia que es el del medio día, a esa hora es el número uno del país, tenemos noticias que siguen siendo en entrevistas el número uno del país, entramos a Pelando el Ojo que sigue siendo el número uno del país. (Rivera, 2018, Entrevista personal)

Se eligió Radio Columbia porque es la radioemisora que cumple con las similitudes necesarias para poder comparar de forma equitativa con Radio Monumental, en cuanto a reconocimiento popular, historia, ser emisoras “tradicionales” y que ambas cuentan con un formato noticioso e informativo.

A continuación, se presenta la tabla 13 de esta investigación la cual compara, el rating general de la emisora y la posición dentro de la lista de las más escuchadas de Costa Rica.

Tabla 13: Comparación de rating general del EGM Acumulada del 2014 y 2017

EGM Acumulada 2014			EGM Acumulada 2017		
#	Modalidades	Total	#	Modalidades	Total
	Total	100,00 %		Total	100,00 %
1	102.7 FM - Exa	17,43 %	1	101.1 FM - Radio Disney	12,89 %
2	92.3 FM Radio WAO	12,47 %	2	102.7 FM - Exa	12,85 %
3	101.1 FM - Radio Disney	11,85 %	3	97.5 FM - Musical	9,03 %
4	105.1 FM - Omega	11,32 %	4	92.3 FM Radio WAO	8,65 %
5	97.5 FM - Musical	11,05 %	5	90.3 FM - Sinfonola	7,03 %
6	90.3 FM - Sinfonola	10,43 %	6	98.7 FM - Columbia	6,80 %
7	98.7 FM - Columbia	9,14 %	7	89.9 FM - Besame/89.9	6,49 %
8	103.1 FM - 103 Radio	7,98 %	8	99.1 FM La Mejor	6,18 %
9	92.7 FM - Columbia Estereo	7,92 %	9	99.5 FM - Radio Dos	5,56 %
10	89.9 FM - Besame/89.9	7,49 %	10	105.1 FM - Omega	5,51 %
11	93.5 - Monumental	7,20 %	11	95.1 FM - Z FM	5,42 %
12	95.1 FM - Z FM	6,35 %	12	92.7 FM - Columbia Estereo	5,40 %
13	99.1 FM La Mejor	6,13 %	13	103.5 FM - Best FM	5,18 %
14	97.1/1080 FM - Faro del Caribe	6,13 %	14	103.1 FM - 103 Radio	4,89 %
15	99.9 FM - Azul (99.9)	5,79 %	15	97.1/1080 FM - Faro del Caribe	4,73 %
16	99.5 FM - Radio Dos	5,43 %	16	93.5 - Monumental	4,56 %

Nota: Elaboración propia con base en datos del EGM Acumulada de IPSOS del 2014 y 2017

Según la tabla anterior, se puede observar que durante el 2014, Radio Columbia estaba

posicionada en el puesto 7, mientras que Radio Monumental estaba en posición 11, por otra parte, en la columna derecha de la tabla se observa que Radio Monumental se encuentra de número 16 mientras que Radio Columbia de posición 6.

Se puede deducir que en la comparativa entre el rating o audiencia de cada emisora en cada uno de los años en estudio, que Radio Columbia en el 2014, representada en color naranja, se encontraba en la posición número 7 con un rating de 9,14% a nivel general, mientras que en el 2017 subió una posición con un rating de 6,80% puntos de rating.

Se observa además que Radio Monumental, representada en color azul, en el 2014 estaba posicionada en el puesto 11 a nivel nacional con 7,20% puntos de rating mientras que el 2017, bajó 5 posiciones con un 4,56% de rating.

En la figura 3 de este estudio: Franjas Horarias Columbia 2017, se pueden observar las franjas horarias de radio Columbia por separado para visualizarla detalladamente. Cabe recordar, que este análisis surge a partir de la afirmación del Director de Monumental, Randall Rivera, quien menciona que los programas de Monumental son los más escuchados de Costa Rica.

Para realizar un análisis detallado de las franjas horarias de cada emisora, se elegirán los programas de Radio Monumental y se pondrán en contraste con el programa que esté en ese mismo momento en Radio Columbia. Se puede observar el rating de cada programa de Columbia en apéndice J, llamado: Rating de los programas de Radio Columbia. EGM Acumulada 2017.

A continuación se detalla las franjas horarias contrastadas y comparadas, junto con su respectiva audiencia o rating en cada una de las emisoras durante el año 2017.

- Noticias Monumental I Emisión.

Extracto de apéndice K: Comparación Noticia Monumental I Monumental vs Columbia.

Franja	Monumental	Columbia
05.30 a 06.00	0,15 %	0,35%
06.00 a 06.30	0,49 %	0,59%
06.30 a 07.00	0,52 %	0,64%

Nota: Elaboración propia con base en EGM Acumulada IPSOS 2017.

Durante la emisión del primer noticiero de Radio Monumental se observa que la audiencia en Radio Columbia durante la misma franja horaria es mayor.

- Nuestra Voz.

Extracto de apéndice K: Comparación Nuestra voz Monumental vs Columbia.

Franja	Monumental	Columbia
07.00 a 07.30	0,71 %	0,82%
07.30 a 08.00	0,57 %	0,80%
08.00 a 08.30	0,61 %	0,86%
08.30 a 09.00	0,62 %	0,89%

Nota: Elaboración propia con base en EGM Acumulada IPSOS 2017.

En el horario del programa Nuestra Voz, se muestra que el rating de Radio Columbia es superior.

- 120 Minutos.

Extracto de apéndice K: Comparación 120 Minutos Monumental vs Columbia.

Franja	Monumental	Columbia
09.00 a 09.30	0,74 %	0,96%
09.30 a 10.00	0,72 %	0,80%
10.00 a 10.30	0,78 %	0,69%
10.30 a 11.00	0,71 %	0,67%

Nota: Elaboración propia con base en EGM Acumulada IPSOS 2017.

Se puede observar que durante la transmisión de 120 Minutos, en las franjas de 9:00 a 10:00 de la mañana es superado por Radio Columbia, pero a partir de las 10:00 y hasta las 11:00 de la mañana, Monumental sobrepasa la audiencia de Columbia.

- Noticias Monumental II Emisión.

Extracto de apéndice K: Comparación Noticias Monumental II Monumental vs Columbia.

Franja	Monumental	Columbia
11.00 a 11.30	0,52 %	0,63%
11.30 a 12.00	0,50 %	0,62%
12.00 a 12.30	0,34 %	0,86%

Nota: Elaboración propia con base en el EGM Acumulada IPSOS 2017.

Anteriormente se muestra que Columbia cuenta con más radioescuchas durante las tres medias horas, siendo la última franja la más distanciada.

- Escenario Deportivo.

Extracto de apéndice K: Comparación Escenario Deportivo Monumental vs Columbia.

Franja	Monumental	Columbia
12.30 a 13.00	0,43 %	0,98%
13.00 a 13.30	0,36 %	0,94%
13.30 a 14.00	0,32 %	0,89%

Nota: Elaboración propia con base en el EGM Acumulada IPSOS 2017.

Podría asegurarse que en la tabla anterior, Radio Columbia muestra más del doble de diferencia en cuanto a audiencia.

- Matices.

Extracto de apéndice K: Comparación Matices Monumental vs Columbia.

Franja	Monumental	Columbia
14.00 a 14.30	0,26 %	0,66%
14.30 a 15.00	0,24 %	0,66%
15.00 a 15.30	0,35 %	0,62%

Nota: Elaboración propia con base en el EGM Acumulada IPSOS 2017.

Se determina que, durante la transmisión de Matices por Monumental, Columbia tiene mayor cantidad de puntos de rating a favor.

- Oro y Grana.

Extracto de apéndice K: Comparación Oro y grana Monumental vs Columbia.

Franja	Monumental	Columbia
16.00 a 16.30	0,34 %	0,61%
16.30 a 17.00	0,29 %	0,57%

Nota: Elaboración propia con base en el EGM Acumulada IPSOS 2017.

El programa Oro y Grana tampoco logra sobrepasar el rating que posee Radio Columbia durante las 4:00 y 5:00 de la tarde.

- Pelando el ojo.

Extracto de apéndice K: Comparación Pelando el ojo Monumental vs Columbia.

Franja	Monumental	Columbia
17.00 a 17.30	0,31 %	0,60%
17.30 a 18.00	0,27 %	0,55%
18.00 a 18.30	0,25 %	0,50%
18.30 a 19.00	0,21 %	0,50%

Nota: Elaboración propia con base en el EGM Acumulada IPSOS 2017.

Radio Columbia supera la audiencia de Monumental durante la transmisión de Pelando el Ojo, en todas las medias horas.

- Noticias Monumental III Emisión.

Extracto de apéndice K: Comparación Noticias monumental III Monumental vs Columbia.

Franja	Monumental	Columbia
19.00 a 19.30	0,14 %	0,29%
19.30 a 20.00	0,15 %	0,26%

Nota: Elaboración propia con base en el EGM Acumulada IPSOS 2017.

Finalmente, durante la programación de Noticias Monumental emisión nocturna, se demuestra que Radio Columbia tiene mayor audiencia.

Se puede determinar que Radio Columbia supera en casi todas las franjas horarias a Radio Monumental, a excepción del horario de 10:00 a 11:00 de la mañana, correspondiente al programa 120 Minutos.

Adicional a la información anterior, se puede observar en la Figura 4 de esta investigación que muestra, de manera gráfica, una comparación entre las audiencias y franjas horarias del Radio Monumental en el 2017 y Radio Columbia en el mismo año.

A continuación, se presenta la Unidad 3 donde se analizará el contenido de cada uno de los programas de Radio Monumental, para así determinar si su contenido periodístico aumenta o disminuye entre el 2014 y 2017.

Unidad de análisis 3: Diseños de los espacios del periodismo radiofónico de Radio Monumental

En esta tercera unidad de análisis se utiliza la observación y el estudio del material otorgado por parte de Radio Monumental, el material corresponde a los audios que pertenecen a una emisión de cada programa de Radio Monumental del año 2014 y del 2017.

Las elecciones de dichos programas fueron realizados al azar por parte de Radio Monumental, corresponden a 11 audios del 2014 y 11 audios del 2017, los cuales no necesariamente corresponden al mismo día de emisión.

Cabe destacar que para efectos de esta unidad se excluyeron los programas, Costa Rica Campesina y la Hora que ortiga, ya que para el año 2017 estos programas ya no se transmitían a través de Radio Monumental; por tal razón, no se podía realizar una comparación entre ambos años en estudio.

En esta unidad de análisis llamada “Diseños de los espacios del periodismo radiofónico de Radio Monumental” se seleccionaron las siguientes categorías:

- Variedad de géneros y formatos radiofónicos.
- Comparación del contenido de los programas del 2014 y 2017.
- “Story telling” en Radio Monumental.

Unidad 3: Categoría 1: Variedad de géneros y formatos radiofónicos.

En esta categoría se analiza la variedad de géneros y formatos radiofónicos en la programación de Radio Monumental en el año 2014 y 2017, según el análisis de los audios.

Anteriormente en la unidad 1, categoría 2 de esta investigación, se brindó información sobre los formatos o géneros radiofónicos de cada espacio de Radio Monumental según la parrilla de programación, pero esta categoría pretende analizar los audios 2014 y 2017 para corroborar que dicha información anterior sea veraz. Por lo cual, este apartado pretende mostrar si cada uno de los programas de Radio Monumental siguen manteniendo los mismos formatos o géneros entre el 2014 y 2017.

A continuación, se presenta unas fichas realizadas a partir de los audios posteriormente analizados, lo que demuestra que:

- Acontecer Agropecuario

Tabla 14: Acontecer Agropecuario.

Nombre Programa: Acontecer Agropecuario Presentadora: Periodista Karen Dondi Formato: Radio Revista Horario: 5:30 am Día: 10-01-2014 Descripción: • Se mantiene un tema principal • Contiene varias secciones • Una entrevista corta	Nombre Programa: Acontecer Agropecuario Presentadora: Periodista Karen Dondi Formato: Radios Revista Horario: 5:30 am Día :2017-03-09 Descripción: • Se mantiene un tema principal • Contiene varias secciones • Una entrevista corta
---	--

Nota: Elaboración propia en base a audios del programa 2014 y 2017.

En el programa Acontecer Agropecuario mantiene el formato de revista radiofónica, tanto en el 2014 como en el 2017, es una radio revista especializada en el campo agropecuario (agricultura y ganadería). En ambos casos mantiene una mezcla entre el género informativo en forma de noticia, una entrevista objetiva y varias secciones cortas, cada una con su debida cortina de presentación.

Por las razones anteriores se puede decir que sí pertenece al formato de Radio Revista especializada.

- Noticias Monumental I emisión.

Tabla 15 : Noticias Monumental I Emisión.

Nombre Programa: Noticias Monumental I Emisión Presentadora: Randall Rivera, Laura Ávila Género: Informativo / Noticiero Horario: 5:30 am a 7:00am Día: 2014-06-26 Descripción: • Noticias • Secciones	Nombre Programa: Noticias Monumental I Emisión Presentadora: Randall Rivera, Febe Cruz Formato: Noticiero con fusión de opinión y música Horario: 5:30 am a 7:00am Día: 2017-06-02 Descripción: • Noticias • Secciones • Opiniones
--	---

	• Música
--	-----------------

Nota: Elaboración propia en base a audios del programa 2014 y 2017.

Tras escuchar ambas versiones de Noticias Monumental (2014 y 2017) se puede determinar que en el 2014 mantenía el género periodístico de la noticia durante el noticiario matutino, en el 2017 pasa a ser un nuevo formato que mezcla la noticia informativa, comentarios y opiniones de los presentadores, así como música dentro del noticiero.

- Nuestra Voz.

Tabla 16: Nuestra Voz.

Nombre Programa: Nuestra Voz Presentadora: Amelia Rueda Formato: Informativo, opinión Horario: 7:00 a 9:00 am Día: 2014-04-04 Descripción: • Información noticiosa • Opinión • Entrevista	Nombre Programa: Nuestra Voz Presentadora: Amelia Rueda Formato: Informativo, opinión Horario: 7:00 a 9:00 am Día: 2017-04-18 Descripción: • Información noticiosa • Opinión • Entrevista
--	--

Nota: Elaboración propia en base a audios del programa 2014 y 2017.

El programa Nuestra voz, mantiene su formato durante el 2014 y el 2017, se brinda información relevante en el acontecer nacional, no bajo la estructura de noticia informativa sino de forma explicativa, se realizan comentarios de opinión y juicio por parte de la presentadora en ambos años y mantiene entrevistas a lo largo de todo el programa. Por lo que se deduce que el formato se mantiene y no representa ningún cambio significativo.

- 120 Minutos.

Tabla 17: 120 Minutos.

Nombre Programa: 120 Minutos Presentador: Daniel Martínez, Rodolfo Mora, Pablo Guzmán y Harrick Mclean Formato: Mesa redonda / opinión especializada en deporte Horario: 9:00 a 11:00 am Día: 10-11-2014 Descripción: • Opinión • Entrevista • Informativo	Nombre Programa: 120 Minutos Presentador: Daniel Martínez, Rodolfo Mora y Pablo Guzmán. Formato: Mesa redonda / opinión especializada en deporte Horario: 9:00 a 11:00 am Día: 10-2-2017 Descripción: • Opinión • Entrevista • Informativo
---	---

Nota: Elaboración propia en base a audios del programa 2014 y 2017.

Según el análisis del programa 120 Minutos, se puede determinar que mantiene el mismo formato durante ambos años, contiene opiniones y comentarios por parte de los presentadores y entrevistados; bajo el formato de mesa redonda, se exponen temas del acontecer nacional e internacional, mientras los presentes dan sus puntos de vista tanto del 2014 como del 2017.

- Noticias Monumental II Emisión.

Tabla 18: Noticias Monumental II Emisión.

Nombre Programa: Noticias Monumental II Emisión Presentador: Randall Rivera. Formato: Informativo y opinión / Noticiero con comentarios Horario: 12:00 am a 1 pm (cambio de horario por partido del Mundial) Día: 2014-06-14 Descripción: • Noticias • Opinión • Secciones	Nombre Programa: Noticias Monumental II Emisión Presentadora: Randall Rivera, Febe Cruz Formato: Informativo y opinión / Noticiero con fusión de comentario y música Horario: 12:00 am a 1 pm (cambio de horario por partido del Mundial) Día: 2014-06-14 Descripción: • Noticias • Opinión • Secciones • Música.
---	---

Nota: Elaboración propia en base a audios del programa 2014 y 2017.

En esta II emisión de Noticias Monumental se puede observar que en ambas ediciones el género informativo cambia a pesar de mantener la estructura de la noticia periodística en la mayoría del Noticiero, a este se le agregan comentarios y opinión por parte de los presentadores y radioescuchas, además en la edición del 2017 se incluye música.

- Escenario deportivo.

Tabla 19 : Escenario deportivo.

Nombre Programa: Escenario Deportivo Presentadores: Alex Masón, Hernán Morales, Guillermo Ulate, Fabio Escalante. Formato: Mesa redonda / Opinión especializada en deportes. Horario: 12:30 a 2:00 pm Día: 7-5-2014 Descripción: • Entrevista • Opinión	Nombre Programa: Escenario Deportivo Presentadores: Hernán Morales, Guillermo Ulate, Daniel Martínez. Formato: Mesa redonda / Opinión especializada en deportes. Horario: 12:30 a 2:00 pm Día: 13-10-2017 Descripción: • Opinión
---	---

Nota: Elaboración propia en base a audios del programa 2014 y 2017.

En el programa Escenario deportivo, se mantiene el género de opinión y comentarios, en ambos audios se determina que mantiene el mismo formato, la diferencia solo radica en que en el 2014 incluyó una entrevista a una fuente, mientras que en el 2017 no. Los presentadores exponen de uno a tres temas y lo argumentan durante todo el programa.

- Matices.

Tabla 20: Matices.

Nombre Programa: Matices Presentador: Randall Rivera Formato: Opinión e informativa Horario: 2:00 a 3:30 pm Día: 6 - 5 -14 Descripción: • Opinión • Entrevistas • Sección	Nombre Programa: Matices Presentador: Randall Rivera Formato: Interpretativo, opinión, informativo y música Horario: 2:00 a 3:30 pm Día: 09-11-2017 Descripción: • Entrevista • Opinión • Música
--	---

Nota: Elaboración propia en base a audios del programa 2014 y 2017.

Tras el análisis de los audios correspondientes al programa Matices, se determinó que el programa del 2014 el presentador expone un tema, realiza dos entrevistas a fuentes, se mantiene una sección y emite algunos comentarios u opiniones acerca del tema; además, se incluye la opinión de radioescuchas; mientras que en la edición del 2017, se inclina más al género de entrevista ya que el programa se centra en una entrevista a profundidad, se emiten algunos comentarios por parte del presentador, pero de modo que el entrevistado responda y además, al final concluye con una canción.

- Así es la cosa.

Tabla 21: Así es la cosa.

Nombre Programa: Así es la cosa Presentador: Fernando Durán, Vladimir de la Cruz, Álvaro Fernández Formato: Opinión / Tertulia y comentarios Horario: 3:30 pm a 4:00 pm Día: 2014-08-18 Descripción: • Tertulia y comentarios	Nombre Programa: Así es la cosa Presentador: Fernando Durán, Vladimir de la Cruz, Álvaro Fernández Formato: Opinión / Tertulia y comentarios Horario: 3:30 pm a 4:00 pm Día: 2017-07-20 Descripción: • Tertulia y comentarios
--	--

Nota: Elaboración propia en base a audios del programa 2014 y 2017.

Con respecto al programa Así es la cosa, no se encontraron diferencias en ningunos de las dos ediciones del programa, se mantiene el mismo formato combinando los comentarios con la tertulia. No representa ningún cambio.

- Oro y Grana

Tabla 22: Oro y Grana.

Nombre Programa: Oro y Grana Presentadores: Rafael Murillo Director: Miguel Cortés(no estuvo presente) Formato: Informativo y opinión / Fusión de mesa redonda con radio revista. Horario: 4:00 a 5:00 pm Día: 2014-09-06 Descripción: • Noticia • Opinión • Entrevistas • Secciones	Nombre Programa: Oro y Grana Presentadores: Miguel Cortés, Gustavo Aguilar, Formato: Informativo y opinión / Fusión de mesa redonda con radio revista. Horario: 4:00 a 5:00 pm Día: 2017-05-09 Descripción: • Noticia • Opinión • Entrevistas • Secciones
--	---

Nota: Elaboración propia en base a audios del programa 2014 y 2017.

El programa Oro y Grana no representa un cambio en su formato, en ambas ediciones se puede observar temas noticiosos, opinión, entrevistas a fuentes y secciones con sus respectivas cortinas de presentación. No hay cambios en el formato.

- Pelando el Ojo.

Tabla 23: Pelando el Ojo.

Nombre Programa: Pelando el Ojo Productor y Director: Norval Calvo Conducción: Christian Hernández Elenco: Roque Ramírez, Natalia Monge, Katherine González, Josué Porras, Gustavo Ramírez, Mino Padilla, Christian Tristán. Formato: Dramático e informativo / Mesa redonda. Horario: 5:00pm a 7:00 pm Día: 2014-08-11 Descripción: • Opinión • Secciones • Entrevista	Nombre Programa: Pelando el Ojo Productor y Director: Norval Calvo Conducción: Christian Hernández Elenco: Natalia Monge, Katherine González, Josué Porras, Gustavo Ramírez, Mino Padilla, Christian Tristán. Formato: Dramático e informativo / Mesa redonda. Horario: 4:00 a 6:00 (cambio por transmisión del partido nacional) Día: 2017-08-10 Descripción: • Opinión • Secciones • Entrevista • Música
--	--

Nota: Elaboración propia en base a audios del programa 2014 y 2017.

Pelando el Ojo corresponde en ambas ediciones a un programa de formato dramático (comedia) ya que cuenta con personajes humorísticos, realización de parodias los cuales debaten sobre el tema en exposición, emiten sus opiniones o bien las del público; además, se realizan entrevistas. La única diferencia que se encontró en la edición del 2017 con respecto al 2014 es que se integró la programación música.

- Noticias Monumental III Emisión.

Tabla 24: Noticias Monumental III Emisión.

Nombre Programa: Noticias Monumental III Emisión Presentador: Esteban Aarón Sparisci. Género: Informativo / Noticiero Horario: 7:00 pm a 8:00 pm Día: 07-08-2014 Descripción: • Noticias • Secciones	Nombre Programa: Noticias Monumental III Emisión Presentador: Fernando Muñoz Formato: Informativo / Noticiero con música Horario: 7:00 pm a 8:00 pm Día: 02-02-2017 Descripción: • Noticias • Secciones • Música
--	---

Nota: Elaboración propia en base a audios del programa 2014 y 2017.

La tercera emisión de Noticias Monumental cuenta con pocas variaciones, en el 2014 se mantiene las noticias con la estructura periodística, no se emiten comentarios por el presentador y cuenta con secciones. En la edición del 2017 se mantiene similar, solo que se incluye música al final del noticiero.

Luego de analizar cada programa de Radio Monumental se encuentra que existen cambios pequeños en los géneros y formatos radiofónicos, el cambio común es que se realizan más comentarios y opiniones de los presentadores o bien la inclusión de la música dentro de los programas.

Ya que se corroboró el formato o género de cada programa de Radio Monumental, en la siguiente categoría se presenta la información detallada del contenido de cada programa.

Unidad 3: Categoría 2: Comparación del contenido de los programas del 2014 y 2017.

Tras un minucioso y detallado análisis de los audios de los programas de Radio Monumental en las ediciones del 2014 y 2017 se pretende mostrar una comparación del contenido de los programas de los años anteriormente mencionados.

En primera instancia se mencionará las tablas pertenecientes al desglose explicativo del programa edición 2014, luego se resaltarán los datos más destacados, posterior a esto se presentará el desglose explicativo de la edición 2017 y, finalmente, un análisis comparativo con respecto al contenido, para demostrar las diferencias entre cada edición.

Con esto se busca determinar si los espacios periodísticos de Radio Monumental han aumentado o disminuido, se tomaron en cuenta: la cantidad de notas o temas, cantidad de fuentes, inserciones de declaraciones de fuentes, entrevistas, cantidad secciones, tiempo de duración general de cada programa, el tiempo dedicado al contenido informativo y opiniones o comentarios.

Cabe recordar, que a pesar de que esta investigación es de carácter cualitativo, fue necesario recurrir a cifras y números que son y serán exclusivamente para ejemplificar y poder sacar resultados, los cuales servirán para finalmente sacar las conclusiones.

A continuación, se presentan los desgloses y análisis de los programas:

- Acontecer Agropecuario.

Se puede observar en apéndice L: Análisis del programa Acontecer Agropecuario 2014, que esta radio revista inicia el desarrollo informativo con un tema principal con su respectiva fuente y que no se realizaron comentarios ni opiniones por parte de la periodista, posteriormente se realizan 5 secciones, una de ella cuenta con una entrevista grabada, cada sección está identificada y no se realizan comentarios ni opiniones en la edición del 2014.

Por otra parte, en el apéndice M: Análisis del programa Acontecer Agropecuario 2017 se observa cómo se mantiene el tema principal y su fuente; además, no se realizaron comentarios ni

opiniones por parte de la presentadora, se aumentó a 5 secciones, una de ella cuenta con una entrevista grabada, cada sección está identificada y no se realizan comentarios ni opiniones.

Según lo expuesto anteriormente y el desglose de la información del programa se descubre en la siguiente tabla comparativa que:

Tabla 25: Comparativa de contenido 2014 y 2017 Acontecer Agropecuario.

Acontecer Agropecuario	2014	2017
Temas	1	1
Cantidad de secciones	5	6
Cantidad de fuentes	4	5
Cantidad de entrevistas	1	1
Tiempo efectivo de contenido informativo	16:40	20:55
Tiempo general del programa	21:50	25:35
Opiniones y comentarios de presentadora	Ninguna	Ninguna

Nota: Elaboración propia a partir de audios 2014 y 2017-Radio Monumental.

- Noticias Monumental I Emisión

Para analizar el contenido de Noticias Monumental I Emisión, en la edición del 2014, se puede observar el apéndice N llamado: Análisis programa Noticias Monumental I 2014, este noticiero inicia con la lectura de los titulares acompañados con un pequeño extracto de las declaraciones de cada nota, contiene noticias con estructura periodística, se realizan 5 secciones repartidas a lo largo del noticiero; además, se utiliza una segunda mención de los titulares a mitad del programa, se observa la utilización de fuentes en cada nota y sección, finalmente se realizan varios comentarios de opinión.

Con respecto a la edición del 2017 se mantiene la lectura de los titulares solo al inicio del noticiero, contiene noticias con estructura periodística, se realizan 6 secciones; además, se

utilizan fuentes en cada nota y sección. Ver apéndice Ñ: Análisis programa Noticias Monumental I 2017. Por otra parte, también se emiten comentarios de opinión por parte de los presentadores y se realiza una entrevista corta. Otro elemento a destacar es la utilización de música en el noticiero.

La comparación de ambas ediciones indica que:

Tabla 26: Comparación de contenido Noticiero Monumental 1 Emisión 2014 y 2017.

Noticias Monumental I	2014	2017
Espacios destinados a los titulares	2	1
Cantidad de notas	13	8
Cantidad de secciones	5	6
Secciones o notas con opinión de radioescuchas	0	0
Cantidad de fuentes	33	17
Entrevistas	0	1
Cantidad de inserciones	25	17
Música o canciones	0	6
Tiempo efectivo de contenido informativo	1:09:44	49:45
Tiempo general	1:09:44	1:17:45
Opiniones personales	7	9

Nota: Elaboración propia a partir de audios 2014 y 2017-Radio Monumental.

- Nuestra Voz

Como se puede observar en el apéndice O, llamado: Análisis programa Nuestra Voz 2014, se desarrollan temas de los cuales se menciona la fuente utilizada, no contiene secciones, se hacen varias entrevistas y se realizan a gran escala comentarios y opiniones por parte de la directora y del público por medio de redes sociales; además, se incluye una canción, la cual se justifica ya que Amelia Rueda realiza una entrevista a grupo musical nacional, por ello programa una canción.

Por otra parte, en el apéndice P, llamado: Análisis programación Nuestra Voz 2017, se mantiene igual a la edición 2014, a diferencia que en esta ocasión no programa canción. A continuación, se presenta la comparación de ambas ediciones.

Tabla 27: Comparación de contenido Nuestra Voz 2014 y 2017.

Nuestra Voz	2014	2017
Espacios destinado a titulares	0	0
Cantidad de temas o notas	8	5
Cantidad de Secciones	0	0
Secciones o notas con opinión de radioescuchas	1 lectura	1 lectura
Cantidad de fuentes	13	11
Cantidad de entrevistas	11	9
Cantidad de inserciones	0	0
Música o canciones	1	0
Tiempo efectivo de contenido informativo	1:42:10	1:31:45
Tiempo general	1:45:34	1:31:45
Opiniones personales	Todo el programa	Todo el programa

Nota: Elaboración propia a partir de audios 2014 y 2017-Radio Monumental.

- 120 Minutos

Se puede determinar que el programa 120 Minutos del 2014, utilizó varios temas de a lo largo del programa, los cuales se abarcaron distintos comentarios o puntos de vista de parte de los entrevistados, se realizó una sección, una entrevista, se nombraron varias fuentes y se usaron inserciones de las fuentes, pero en dos notas no se mencionaron las fuentes. (Ver el apéndice Q: Análisis programa 120 Minutos 2014).

Con respecto a la edición del 2017, en el apéndice R, llamado: Análisis programa 120 Minutos 2017, se utiliza la mención de los titulares o temas que se plantaron en el programa, se desarrollaron varios temas con sus respectivas fuentes, a excepción de tres ocasiones donde no se menciona la fuente, no se utilizó ninguna sección y se realizaron 2 entrevistas. También se dieron opiniones por los presentadores durante todo el programa.

Se presenta tabla 28 que representa la comparación de los programas de 120 Minutos del 2014 y del 2017.

Tabla 28: Comparación de contenido 120 Minutos 2014 y 2017.

120 Minutos	2014	2017
Espacios destinados a Titulares	0	1
Cantidad de temas o notas	5	4
Cantidad de secciones	1	0
Secciones o notas con opinión de radioescuchas	2	3
Cantidad de fuentes	6	4
Cantidad de entrevistas	1	2
Cantidad de inserciones	2	0
Música o canción	0	0

Tiempo efectivo de contenido	1:05:23	1:39:10
Tiempo general	1:11:53	1:39:10
Opiniones personales	Todo el programa	Todo el programa

Nota: Elaboración propia a partir de audios 2014 y 2017-Radio Monumental.

- Noticias Monumental II Emisión

El Noticiero del medio día, Noticias Monumental I Emisión, en la edición del 2014, se puede observar en el apéndice S, llamado: Análisis programa Noticias Monumental 2014, este noticiero inicia con la lectura de los titulares acompañados con un corto extracto de las declaraciones, contiene noticias con estructura periodística, cada nota indica su fuente, se realizan 3 secciones repartidas a lo largo del noticiero; además, se realizan varios comentarios de opinión en algunas notas.

La edición del 2017 que se puede observar en el apéndice T, llamado: Análisis programa Noticias Monumental 2017, se mantiene la lectura de los titulares solo al inicio del noticiero, contiene noticias con estructura periodística, se realizan 3 secciones; además, se utilizan fuentes en cada nota y sección. Por otra parte, también se emiten comentarios de opinión por parte de los presentadores y se resalta el uso de música dentro del noticiero.

Tabla 29: Comparación de contenido Noticiero Monumental II Emisión 2014 y 2017.

Noticias Monumental II	2014	2017
Espacio destinado a titulares	1	1
Cantidad de notas	5	7
Cantidad de secciones	3	3
Secciones o notas con opinión de radioescuchas	1	1
Cantidad de fuentes	14	11

Cantidad de entrevistas	8	0
Cantidad de inserciones	11	15
Música o canciones	0	1
Tiempo efectivo de contenido informativo	1:01:54	47:23
Tiempo general	1:02:54	1:00:23
Opiniones personales	5	6

Nota: Elaboración propia a partir de audios 2014 y 2017-Radio Monumental.

- Escenario deportivo

Se puede observar en el apéndice U, llamado: Análisis programa Escenario Deportivo 2014, que este programa, Escenario Deportivo, desarrolló varios temas, cada uno con fuentes, pero en una ocasión, se presentaron datos sin mencionar de dónde se obtuvieron, se realizaron comentarios y opiniones por parte de los presentadores durante todo el programa, se presenta una sección y una entrevista, en la edición del 2014.

Por otra parte, en el apéndice V, llamado: Análisis programa Escenario Deportivo 2017, se utilizan tres temas, pero en solo dos de ellos se mencionan sus respectivas fuentes, además se realizaron comentarios y opiniones por parte de los presentadores, no se registran entrevistas ni secciones.

Según lo expuesto anteriormente y el desglose de la información del programa se descubre en la siguiente tabla comparativa que:

Tabla 30: Comparación de contenido Escenario Deportivo 2014 y 2017.

Escenario Deportivo	2014	2017
Espacio destinado a titulares	0	0
Cantidad de temas	2	3

Cantidad de secciones	1	0
Secciones o notas con opinión de radioescuchas	0	0
Cantidad de fuentes	3	2
Cantidad de entrevistas	2	0
Cantidad de inserciones	0	1
Música o canción	0	0
Tiempo efectivo de contenido	1:10:20	1:07:11
Tiempo general	1:11:20	1:07:00
Opiniones personales	Todo el programa	Todo el programa

Nota: Elaboración propia a partir de audios 2014 y 2017-Radio Monumental.

- Matices

En el programa correspondiente a la edición del 2014 puede observarse en el apéndice W, llamado: Análisis programa Matices 2014 que, durante todo el programa se mantiene un solo tema, en el que se utilizó dos fuentes a las cuales se les entrevistó; se desarrolló solo una sección y el presentador realizó comentarios.

En el análisis de la edición del 2017 se encuentra el desarrollo de un solo tema, el cual giró en torno a la entrevista a profundidad hecha, al ahora, ex presidente de la República, Luis Guillermo Solís. Se utilizó una fuente, no se realizaron secciones y para concluir se programó una canción. (Ver apéndice X, llamado: Análisis programa 2017)

Para ejemplificar mejor el contenido se muestra la siguiente tabla:

Tabla 31: Comparación de contenido Matices 2014 y 2017.

Matices	2014	2017
Espacio destinado a titulares	0	0
Cantidad de temas	1	1
Cantidad de secciones	1	0
Secciones o notas con opinión de radioescuchas	1	0
Cantidad de fuentes	2	1
Cantidad de entrevistas	2	1
Cantidad de inserciones	0	1
Música o canciones	0	1
Tiempo efectivo de contenido informativo	1:18:00	1:05:00
Tiempo general	1:18:00	1:07:00
Opiniones personales	1	1

Nota: Elaboración propia a partir de audios 2014 y 2017-Radio Monumental.

- Así es la cosa

En el espacio del 2014, según el apéndice Y, llamado: Análisis programa Así es la cosa 2014, se expone un tema el cual es abordado en forma de comentario y tertulia durante la media hora de programación por los presentadores, no se mencionan fuentes, ni se realizan entrevistas, no utilizan secciones ni la opinión del público.

De igual manera, la edición del 2017, según el apéndice Z, llamado: Análisis programa Así es la cosa 2017, se realiza bajo la misma forma y estructura, no contiene ningún cambio con respecto al 2014, a excepción de tener 3 minutos más de duración.

A continuación, se presenta la tabla comparativa:

Tabla 32: Comparación de contenido Así es la cosa 2014 y 2017.

Así es la cosa	2014	2017
Cantidad de temas	1	1
Cantidad de secciones	0	0
Cantidad de fuentes	0	0
Cantidad de entrevistas	0	0
Tiempo efectivo de contenido	20:00	23:30
Tiempo general	20:00	23:30
Opiniones personales	Todo el contenido	Todo el contenido

Nota: Elaboración propia a partir de audios 2014 y 2017-Radio Monumental.

- Oro y grana

Según el apéndice AA, llamado: Análisis programa Oro y Grana 2014, el inicio del programa, edición 2014 de Oro y Grana se dan los titulares en forma de comentario, el programa contiene una mezcla de notas y secciones con respecto a las fuentes, en tres secciones no se mencionan las fuentes utilizadas y se realizan tres entrevistas. No se emiten comentarios ni opiniones.

En cuanto a la edición correspondiente al 2017, no se mencionan los titulares se realizan 4 notas de las cuales solo 2 contienen fuentes y de las 4 secciones tampoco mencionan las fuentes y no se realizan entrevistas. Sí se realizaron comentarios de opinión por parte de los presentadores. (Ver apéndice AB, llamado: Análisis programa Oro y Grana 2017)

En la siguiente tabla se detallan las comparaciones entre ambos programas:

Tabla 33: Comparación de contenido Oro y Grana 2014 y 2017.

Oro y grana	2014	2017
Espacio para titulares	1	0
Cantidad de temas o notas	4	5
Cantidad de secciones	4	4
Secciones o notas con opinión de radioescuchas	0	1
Cantidad de fuentes	8	4
Cantidad de entrevistas	3	0
Cantidad de inserciones	3	0
Música o canción	0	0
Tiempo efectivo de contenido	1:17:41	53:01
Tiempo general	1:17:41	53:01
Opiniones personales	0	6

Nota: Elaboración propia a partir de audios 2014 y 2017-Radio Monumental.

- Pelando el Ojo

Se puede observar que en la edición del 2014, en el apéndice AC, llamado: Análisis programa Pelando el ojo 2014, que al inicio del programa se mencionan los titulares, se dan 6 noticias de forma comentada, pero solamente en 1 se menciona la fuente, en cada nota los personajes humorísticos opinan y comentan el tema, se realizó una entrevista y 4 secciones.

Por otra parte, la edición del 2017, en el apéndice AD, llamado: Análisis programa Pelando el ojo 2017 no mencionan los titulares, se realizan 4 notas de forma comentada en la cual solo una no menciona la fuente, solamente se realizan 2 secciones, 1 entrevista y se programa 1 canción. Los comentarios y opiniones se desarrollan durante todo el programa

Lo anteriormente mencionado se puede resumir en la siguiente tabla comparativa:

Tabla 34: Comparación de contenido Pelando el Ojo 2014 y 2017.

Pelando el Ojo	2014	2017
Titulares	1	0
Temas o notas comentadas	6	4
Secciones	4	2
Cantidad de fuentes	1	3
Entrevistas	1	1
Inserciones	0	1
Música	0	1
Tiempo efectivo de contenido	1:24:45	1:15:00
Tiempo general	1:32:09	1:34:30
Opiniones personales	Todo el programa	Todo el programa

Nota: Elaboración propia a partir de audios 2014 y 2017-Radio Monumental.

- Noticias Monumental III Emisión

Para analizar el contenido de Noticias Monumental III Emisión, en la edición del 2014, se puede observar el apéndice AE , llamado: Análisis programa Noticias Monumental III 2014; este noticiero inicia con la lectura de los titulares acompañados con un pequeño extracto de las declaraciones de cada nota, contiene noticias con estructura periodística, se realizan 4 secciones repartidas a lo largo del noticiero, , se observa la utilización de fuentes en cada nota y en 3 de las 4 secciones, finalmente no se realizan comentarios de opinión.

Con respecto a la edición del 2017, se mantiene la lectura de los titulares solo al inicio del noticiero contiene noticias con estructura periodística, se realizan 4 secciones; además, se utilizan fuentes en cada nota y en 3 de 4 secciones. Por otra parte, tampoco se emiten comentarios de

opinión por parte del presentador y no se realiza ninguna entrevista. Otro elemento a destacar es la utilización de música en el noticiero. (Ver el apéndice AF, llamado: Análisis programa Noticias Monumental III 2014).

La comparación de ambas ediciones indica que:

Tabla 35: Comparación de contenido Noticias Monumental III Emisión 2014 y 2017.

Noticias Monumental III	2014	2017
Espacio destinado para titulares	1	1
Cantidad de notas	12	8
Secciones	4	4
Secciones o notas con opinión de radioescuchas	0	0
Cantidad de fuentes	25	15
Cantidad de entrevistas	0	0
Cantidad de inserciones	28	19
Música o canciones	0	1
Tiempo efectivo de contenido informativo	42:50	39:05
Tiempo general	42:50	43:15
Opiniones personales	0	0

Nota: Elaboración propia a partir de audios 2014 y 2017-Radio Monumental.

De esta manera se llega al final de esta categoría donde se compara el contenido periodístico dentro de Radio Monumental, en el capítulo de Conclusiones de esta investigación se darán los resultados de dichas comparaciones.

Unidad 3. Categoría 3: “Storytelling” en Radio Monumental.

En el marco teórico de esta investigación, se agregó un apartado dedicado a la técnica del “Story Telling” ya que fue un elemento mencionado sin ser preguntado específicamente por tres de los entrevistados a profundidad.

Estos expertos mencionaron que en Radio Monumental desde hace ya unos 5 años, se ha implementado a nivel general, en todas las emisoras de Central de Radios, la utilización de esta técnica de “contar historias”

Rivera (2018) menciona que Radio Monumental utiliza una forma diferente de transmitir las noticias:

Ha sido particularmente exitoso en eso, es una forma diferente de contar noticias siempre respetando ser noticia, pero a un formato que es muy común en América Latina, muy poco común en Costa Rica, que es un formato más relajado, lo que no implica que sea un contenido más “light” sino un contenido fuerte con una forma relajada.

Hace cuatro años y medio, más o menos, la radio en general, Monumental, venimos estudiando desde hace diez años una forma de hacer radio en el mundo que se llama “Story Telling” que es contar historias, pero contar historias no es sentarse a contarlas, sino que todo lo que constituye un programa sea un relato, un relato significa que la música es importante, que la coordinación es importante, que el tono de voz es importante, o sea, en resumen, que oír un programa sea una experiencia. (Rivera, 2018. Entrevista personal)

Por otra parte, Víquez (2018) menciona que: aquí estamos implementando lo que es el “Story Telling” lo tenemos ya por más de cinco años de poderlo llevar... yo creo que los periodistas como lo locutores de emisoras musicales, lo han hecho muy bien, entonces, eso es que los noticieros de monumental son otra cosa a los noticieros de nuestros colegas, porque se cuentan las noticias. (Viquez, 2018. Entrevista personal)

Sin duda alguna, otros comunicadores están de acuerdo con el uso de Story Telling, pero mencionan que es difícil aplicarlo, ya que requiere mucha preparación.

Villalobos (2018) quien asegura que no ha podido analizar a profundidad la técnica del Story telling aplicada en Monumental, comenta la utilización de esta técnica:

Yo te voy a dar mi opinión, no te voy a decir si lo están haciendo bien o lo están haciendo mal, te voy a dar mi opinión en general... se llama, Story Telling y siento que es interesante, se estuvo trabajando más en emisoras de corte musical, como el caso de Disney, y ahora también Monumental que lo está aplicando en las noticias, también es interesante, ahora como arte, porque es el arte de contar la noticia, no es tan sencillo ni podés poner a cualquiera a hacerlo, porque se necesita preparación, mucha expresión oral, facilidad de expresión oral, el poder del convencimiento, porque estas contando una historia, igualmente al contar la historia, probablemente va a haber juicios de valor y eso en el campo de la noticia y el periodismo es algo muy pesado, entonces, yo no sé exactamente cuánta preparación habrán tenido ellos, en cuanto a quienes lo hacen, pero yo sí diría que esto es una técnica delicada que no se hace, de hecho mucho de Story telling se hace grabado, no en vivo... hay que cambiar (refiriéndose al esquema tradicional de leer la noticia) y me parece que vincular el Story telling a la parte noticiosa no está mal, siempre y cuando... se sepa trabajar. (Villalobos, 2018. Entrevista personal)

Rivera (2018) asegura que dicha técnica se usa de manera profesional en Radio Monumental ya que recibieron durante mucho tiempo capacitaciones, menciona además que ya les ha dado resultados:

Lo hemos podido notar (aumento en la audiencia de Radio Monumental) porque además te decía que establecimos lo del “Story Telling” hace como cinco años, pero realmente lo establecimos de una manera muy formal; es decir, todas la jefaturas llevamos un curso de una universidad Alemana que lo hicimos “online” para aprender sobre “Story Telling”, sobre el manejo del “Story Telling”

Con base en lo anterior, se decidió, analizar de manera exclusiva los apéndices: N, S y AE pertenecientes a las tres emisiones diarias de Noticias Monumental del 2014 y los apéndices: Ñ, T y AF correspondientes a las tres emisiones pero del 2017; para determinar si a nivel periodístico se utiliza correctamente la técnica del Story Telling con respecto a las opiniones de los presentadores de noticias.

No se tomarán en cuenta los programas de opinión, como Nuestra Voz, Pelando el Ojo, Escenario deportivo, Oro y Grana, Así es la cosa, 120 Minutos y Matices ya que todos responden

a programas donde se emiten juicios de valor por parte de los presentadores. En el caso de Acontecer Agropecuario, al ser una revista y no presentar ningún cambio en el análisis anterior se puede observar que no utilizan dicha técnica.

A continuación, se presentan los juicios de valor y comentarios personales por parte de los presentadores del Noticias Monumental I Emisión 2014.

Extracto de apéndice AG: Story Telling en Noticias Monumental.

Programa	Comentarios y opiniones de juicio en noticias	Locución en entrada, salida e intermedios del noticiero
Noticias Monumental I 2014	-Presentador realizó comentario de opinión sobre lo “lamentable” que sucede en el país. - El presentador muestra imparcialidad al mencionar que conoce a Josué Navarro desde hace muchos años y que le alegra este record. - Ambos presentadores concuerdan en que las condiciones en el transporte público en Costa Rica son “malas” en comparación a otros países. - Se realiza un juicio de valor tras mencionar pensión millonaria de Ministra: “entonces, es más alto, gana más” o “¡Cómo no, con esta pensión!” tras referirse a que la Ministra no renunciaría a la pensión.	- Si se realizan conversaciones cotidianas al inicio y final del noticiero o cuando se envía a la pausa comercial. - Se hicieron comentarios personales sobre clima. -Después de finalizar la nota, el presentador hace un comentario sobre la unidad de capacidad TEUS y que no es “usted” utilizando la frase que él: “no se volvió un pachuco” - Mencionan su admiración a Joel Campbell y Tejeda tras nota del mundial.

Nota: Elaboración propia con base en audios de Radio Monumental 2014.

Como se puede observar se realizan algunos comentarios de opinión, tomando una posición clara en algunas de las noticias y comentarios personales que acompañan todo el noticiero que no generan un aporte noticioso, más bien coloquial entre los presentadores.

A continuación, se presentan los juicios de valor y comentarios personales por parte de los presentadores del Noticias Monumental I Emisión 2017:

Extracto de apéndice AG: Story Telling en Noticias Monumental.

Programa	Comentarios y opiniones de juicio en noticias	Locución en entrada, salida e intermedios del noticiero
Noticias	- Presentadora se lamenta	Sí se realizan conversaciones

Monumental I 2017	sobre el aumento del dólar con la frase: “no puede ser” - Presentadora menciona que todos los costarricenses deberían criticar “estas acciones” ante decreto presidencial.	cotidianas al inicio y final del noticiero o cuando se envía a la pausa comercial. - Se hicieron comentarios personales sobre clima. - Se hace comentarios sobre situación similar en Estados Unidos a una serie llamada “House of cards” -Presentadora menciona su gusto por la lluvia. - Comentarios personales por parte del presentador sobre su gripe, además menciona su gusto por Shakira. -Presentadores mencionan sus recuerdos sobre el Kinder. - Sí se realizaron opiniones personales sobre gustos musicales. -Comentarios personales sobre la necesidad de una nueva computadora por parte de la presentadora, también invitación a almorzar y sobrepagos de la quincena. - Comentarios del presentador sobre ejercitarse y nadar.
--------------------------	---	---

Nota: Elaboración propia con base en audios de Radio Monumental 2017.

Como se aprecia en esta oportunidad se realizan más comentarios personales que de opinión subjetiva en cuanto a información noticiosa, pero sí se realizan dos juicios de valor.

Noticias Monumental II Emisión 2014

Extracto de apéndice AG: Story Telling en Noticias Monumental.

Programa	Comentarios y opiniones de juicio en noticias	Locución en entrada, salida e intermedios del noticiero
Noticias Monumental II 2014	- Randall dice: “Dios guarde” sobre quitar impuestos ya que con ese dinero se financian las reparaciones y mantenimiento de la infraestructura vial del país.	No se emiten comentarios cotidianos.

Nota: Elaboración propia con base en audios de Radio Monumental 2014.

Según el análisis del audio de Noticias Monumental II Emisión 2014 solo se realiza un juicio de valor por parte del presentador y Director de Noticias Monumental Randall Rivera.

Noticias Monumental II Emisión 2017

Extracto de apéndice AG: Story Telling en Noticias Monumental.

Programa	Comentarios y opiniones de juicio en noticias	Locución en entrada, salida e intermedios del noticiero
Noticias Monumental II 2017	- Presentadora hace énfasis en la lectura sobre los impuestos que: “¡usted y yo pagamos!” con tono irónico y de juicio. - No hacen comentarios de opinión, pero cuando leen la nota en tono irónico dando a entender que no están de acuerdo con dar vacaciones a los policías.	- Sí se realizan conversaciones cotidianas al inicio y final del noticiero o cuando se envía a la pausa comercial. - Presentadora mencionó: “Más presas más de las que nos esperan los viernes” además consejos para no usar el celular al volante. - Se hicieron comentarios de opinión sobre la canción ya se ha puesto en varias ocasiones con anterioridad. - Presentador opinó de manera personal al mencionar que es una mala noticia. - Se realizaron comentarios personales sobre experiencias con los padres.

Nota: Elaboración propia con base en audios de Radio Monumental 2017.

Como se observa no se emiten comentarios subjetivos, pero por la forma de lectura se denota inconformidad con la información y toma de partida en ella. Además, se realizan muchos comentarios personales.

Noticias Monumental III Emisión 2014

Extracto de apéndice AG: Story Telling en Noticias Monumental.

Programa	Comentarios y opiniones de juicio en noticias	Lectura de Noticias	Locución en entrada, salida e intermedios del noticiero	Música
Noticias Monumental III 2014	No se realizaron juicios de valor	Sí suenan leídas y planas.	No se emiten comentarios cotidianos.	No se programa ninguna canción.

Nota: Elaboración propia con base en audios de Radio Monumental 2014.

Se observa que no se realiza ningún tipo de comentario por parte del presentador.

Noticias Monumental III Emisión 2017

Extracto de apéndice AG: Story Telling en Noticias Monumental.

Programa	Comentarios y opiniones de juicio en noticias	Lectura de Noticias	Locución en entrada, salida e intermedios del noticiero	Música
Noticias Monumental III 2017	No se realizaron juicios de valor	Sí se leídas y planas.	No se emiten comentarios cotidianos.	Sí se programa una canción al cierra del noticiero por 4 minutos y 10 segundos.

Nota: Elaboración propia con base en audios de Radio Monumental 2017.

Al igual que en la edición del 2014 no se realizan comentarios de opinión.

Dentro de las características del Story telling, según los entrevistados a profundidad mencionados al inicio de esta categoría, esta técnica busca “contar la historia” cambiar el formato tradicional de leer las noticias para contarlas o narrarlas.

Por otra parte, según Rivera (2018): yo hice el cambio en la emisora hace cuatro años y medio y metimos música en el noticiero, o sea era impensable pensar que un noticiero pusiera a la gente a participar para saber cuál canción sonaba a las seis de la mañana para despertarse todos, eso lo hace Monumental, eso se hace en otras partes del mundo si estas en Colombia, si estas en México, si estas en Chile... es un cambio de cultura. (Rivera, 2018, entrevista personal)

A continuación, se analiza si se logra la efectividad de “contar una historia” que no suene leída y la incorporación de música.

Extracto de apéndice AG: Story Telling en Noticias Monumental.

Programa	Lectura de Noticias	Música
Noticias Monumental I 2014	Suenan leídas Se hace acentos y entonaciones y alargamientos en algunas partes	No se programa ninguna canción
Noticias Monumental I 2017	Suenan leídas Se hace acentos y entonaciones y	Sí, primero se utiliza la canción “Eclipse total del amor” de fondo durante un minuto, para nota de eclipse.

	alargamientos en algunas partes	-También se utilizaron las canciones para hablar sobre presencia de gustos musicales en la sección de redes sociales durante 13 minutos: Carlos Vives - Cuando nos volvamos a encontrar. Shakira – Me enamoré. Maluma ft Shakira – Chantaje. Enanitos Verdes – Mi primer día sin ti. Carlos Vives – La gota fría. Si, se dedica una sección de 9 minutos para elegir una canción, la canción elegida es programada por 3 minutos con 20 segundos. Posteriormente se programa otra canción por un minuto. -Depeche Mode - Personal Jesus -Metállica – Nothing else matter.
Noticias Monumental II 2014	Suenan leídas y planas.	No se programa ninguna canción
Noticias Monumental II 2017	Suenan leídas. Se hace acentos y entonaciones y alargamientos en algunas partes	Sí se programa una canción durante el noticiero, antes de ir a un corte comercial. Música: Michel Teló - Ai Se Eu Te Pego
Noticias Monumental III 2014	Si suenan leídas y planas.	No se programa ninguna canción.
Noticias Monumental III 2017	Si suenan leídas y planas.	Sí se programa una canción al cierra del noticiero por 4 minutos y 10 segundos. John Mayer – Gravity.

Nota: Elaboración propia con base en audios de Radio Monumental 2014 y 2017.

Como se puede observar en la tabla anterior solo se lograr escuchar una lectura tradicional de noticias salvo con la diferencia de que los presentadores no tienen el registro vocal grave que tenía los anteriores locutores tradicionales lectores de noticias y que en algunas ocasiones se hacen entonaciones y alargamiento de palabras.

La estructura de la noticia radiofónica se mantiene igual solo que se utiliza un vocabulario más coloquial en las entradas y cierres por parte de los presentadores, pero en si la noticia mantiene la misma estructura.

Se demuestra también la inclusión de música en las tres emisiones de noticias correspondientes al 2017.

A continuación, se presenta una tabla que resume todo lo incluido en la tabla 56, llamada Story Telling en Radio Monumental:

Tabla 36: Resumen de tabla Story telling en Monumental.

Programa	Comentarios y opiniones de juicio en noticias	Lectura de Noticias	Locución en entrada, salida e intermedios del noticiero	Música
Noticias Monumental I 2014	4	Si	4	0
Noticias Monumental I 2017	2	Si	9	6
Noticias Monumental II 2014	1	Si	0	0
Noticias Monumental II 2017	2	Si	5	1
Noticias Monumental III 2014	0	Si	0	0
Noticias Monumental III 2017	0	Si	0	1

Nota: Elaboración propia con base en audios 2014 y 2017 – Radio Monumental.

Con base en la tabla anterior se determina que:

- Se emiten juicios de valor en las emisiones I y II de ambos años.
- La técnica de lectura en las emisiones I y II, en ambos años, siempre se escucha leída, solo que se le agregan entonaciones y alargamiento de vocales.
- La lectura de noticias en las emisiones nocturnas son planas y tradicionales.
- En las dos I emisiones y en una de la II emisión se emiten muchos comentarios cotidianos y de relleno que no están ligados directamente a las noticias.
- En las ediciones del 2014 no se programa música, mientras que en las del 2017 sí se programan canciones dentro del noticiero.

A continuación, se presenta la última unidad de análisis de esta investigación, donde se conocerá la percepción de periodistas del Colegio de Periodistas de Costa Rica, con respecto a cambios en la programación de Radio monumental y la implementación del “Story Telling”.

Unidad 4. Percepción de los periodistas del COLPER

Para el desarrollo de esta unidad se utilizó los datos obtenidos por el sondeo realizado a periodistas con el requisito de estar colegiados por el Colegio de periodistas de Costa Rica, con el objetivo de conocer la perspectiva de los mismos con respecto a la programación y contenido de Radio Monumental.

Para el sondeo, se utilizó la herramienta de Survey Monkey, se aplicó a 20 comunicadores en total, estos responden a un rango de edad principal entre los 28 a 48 años, como segundo rango de 18 a 28 años y como tercer grupo de 48 a 58 años por lo que se denomina que el foco principal es de los 28 a 58 años.

Otra característica entre los participantes del sondeo es que poseen un grado académico, en su mayoría cuentan con una licenciatura y maestría en la carrera de periodismo o comunicación.

Estos respondieron unas preguntas iniciales para determinar si escucharon o escuchan Radio Monumental, dato de relevancia ya que se requiere que los profesionales tengan un punto de referencia y base crítica para contestar el sondeo.

Entre los entrevistados, se puede determinar que algunos mencionan escuchar Radio Monumental “de vez en cuando” u “ocasionalmente” mientras que otros responden “más de 20 años”, incluso hasta “45 años” de ser radioescucha de dicha emisora, pero se determina que existe un rango repetitivo entre las respuestas que es de 5 a 8 años de escuchar Monumental.

Además, en su mayoría mencionaron que escuchan: Noticias Monumental, Nuestra Voz, Matices, 120 Minutos, Escenario Deportivo, Oro y grana y Pelando el ojo.

Cabe destacar que, algunos de los participantes del sondeo, se limitaron a contestar con un “si” o “no” y en ocasiones no respondieron.

En esta Unidad 4, se desglosan 6 categorías las cuales son:

- Cambios significativos en la programación de Radio Monumental.
- Calidad de los programas periodísticos.

- Cambios en el espacio dedicado al periodismo.
- Programación de música dentro del noticiero.
- Opinión y comentarios dentro del noticiero.
- “Story telling” en noticiero.
- A continuación se presenta la primer categoría de esta Unidad 4.

Unidad 4. Categoría 1: Cambios significativos en la programación de Radio Monumental.

Como se mencionó con anterioridad, en seguida se presentan las respuestas del sondeo aplicado a periodistas con el objetivo de conocer la perspectiva de los mismos con respecto a: si han notado cambios en la programación de Radio Monumental y si dichos cambios han repercutido en la audiencia de dicha radioemisora.

A continuación, se presentan las respuestas de los periodistas:

Tabla 37: Respuesta Sondeo 1.

¿Considera que en los últimos 5 años existen cambios significativos en la programación de Radio Monumental? ¿Cree que estos cambios han repercutido positiva o negativamente con respecto a un aumento en la audiencia y por qué?
No, no considero que hayan cambios significativos entre los programas que escucho.
Sinceramente en su programación total no sabría pues me centro solo en esos programas que mencioné y que no han cambiado mucho en los últimos años.
Sí claro. Positivos y mejores para la audiencia pues ofrecen un producto más allá de la radio como era concebida tradicionalmente.
Positiva. Porque implementan la interacción con el público.
Cambios muy positivos que han logrado volver a tomar fuerza.
Creo que en este tiempo han logrado captar la atención de un oyente joven
Negativo prácticamente es la misma parrilla en los últimos años, no ha variado, sin embargo, los contenidos de estos programas son buenos por lo cual se mantiene la calidad.
Claro, los formatos han cambiado y han refrescado su imagen
En lo personal, creo que se ha degradado. Los programas que se mantienen por ejemplo noticia le hace falta contenido y mejor conducción de quienes lo dirigen. Se vuelve un programa más.
Lo que he escuchado, que son noticias, sinceramente no me gustan los cambios. Le han tratado

de imprimir un aire de "revista" pero mal logrado, con humor y música que, a mi parecer, le bajan el nivel. De hecho, ya no escucho noticias ni transmisiones deportivas de Monumental. Me pasé a la competencia (Columbia) y, definitivamente, otro nivel.
Sí. Porque hay mayor interacción con la radio audiencia.
No encuentro cambios sustanciales.
Sí porque la audiencia va evolucionando y los medios de comunicación deben ir cambiando en función a lo que las audiencias requieran.
Sí, desde que ingresaron los podcast.

No lo escucho.
Nunca la he escuchado.
No la escucho.

Nota: Elaboración propia con base en sondeo de Survey Monkey.

Según las respuesta anteriores, algunos opinan que sí se han realizado cambios, han mejorado la audiencia con oyentes jóvenes, han conseguido más fuerza, mayor interacción con el público, ofrecen un refrescamiento de imagen y una evolución positiva.

Por otra parte, se encuentran respuestas que mencionan que no se observan cambios, se mantiene la misma parrilla, que los cambios ha generado una degradación, falta de contenido y que se pretende dar a las noticias el “aire de revista” pero sin éxito.

Los espacios en blanco corresponden a quienes no contestaron dicha pregunta.

Por las respuestas anteriores se observa que, según la perspectiva mayoritaria de los periodistas, sí se han realizado cambios en la programación de Radio Monumental en los últimos 5 años y estos han sido positivos para generar un aumento en la programación.

Unidad 4. Categoría 2: Calidad de los programas periodísticos.

A continuación se presentan las respuestas del sondeo aplicado a periodistas con el objetivo de conocer la perspectiva de los mismos con respecto a los cambios realizados en la

programación de Radio Monumental y que provocaron aumento o disminución en la calidad de los espacios periodísticos de la emisora.

En la siguiente tabla se presentan las respuestas de los comunicadores:

Tabla 38: Respuesta Sondeo 2.

Según su criterio ¿Estos cambios han provocado una disminución en la calidad de los programas periodísticos dentro de Radio Monumental?	
Como mencioné anteriormente solo escucho más bien los más noticioso donde creo que tienen buena calidad.	No lo creo. Todo cambio es difícil, pero creo que ha sido para bien.
No.	Sí.
No.	Para mí ahora tratan la noticia de una manera más interesante.
No.	Me parece que hacen bien si trabajo. Negativo
No.	Al contrario, tienen más calidad.
Por supuesto. Hasta aburridos. Con ganas de cambiar.	Se ha convertido más en opinión que en trabajos periodísticos con algunas excepciones.
Totalmente. Insisto, hoy mi fuente de información nacional y deportiva es Columbia.	Al menos en la programación matutina considero que sí.
No, más bien ha mejorado la calidad.	No.
No.	--
--	--

Nota: Elaboración propia con base en sondeo de Survey Monkey.

Dentro de los comentarios positivos dados, según la perspectiva de los periodistas la calidad de los espacios han mejorado, los noticieros se han vuelto más interesantes y se realiza un buen trabajo.

En contraparte se encuentran respuestas negativas calificando el contenido como aburrido, además que se ha sustituido más contenido de opinión que trabajo periodístico y finalmente por esta razón escucha la competencia de Monumental.

Según lo anteriormente mencionado, se deduce que según la perspectiva de los periodistas la calidad del contenido de Radio Monumental no ha disminuido.

Unidad 4. Categoría 3: Cambios en el espacio dedicado al periodismo.

En esta categoría se descubrirá la perspectiva de los periodistas con respecto al aumento o disminución de los espacios dedicados al periodismo radiofónico en Radio Monumental.

En la tabla que se observa a continuación se incluyen las respuestas de los comunicadores:

Tabla 39: Respuesta Sondeo 3.

¿Creé usted que el espacio dedicado al periodismo radiofónico aumenta o disminuye con el pasar del tiempo en Radio Monumental?	
Creo que aumenta.	Disminuye.
No.	Disminuye.
Disminuye.	Creo que disminuye ya que existen nuevas formas de informarse.
Para mí es igual a lo que se ha hecho tiempo atrás. Con suerte y ahora hay más espacios de periodismo radiofónico.	Disminuye.
Disminuye.	Sinceramente, no sé si los espacios aumentan o disminuyen (en cantidad), pero en calidad sí han bajado.
Han aumentado , en diferentes estilo pero siempre informativos y formativos.	Se mantiene.
Disminuye.	Tiende a disminuir. Priorizan más la opinión del oyente o lo que dicen en Redes Sociales. Les falta más reporteo.
Si evolucionan junto al radioescucha creo que su atención aumenta.	No .
No.	Lo encuentro igual.
---	Aumenta.

Nota: Elaboración propia con base en sondeo de Survey Monkey.

Algunos periodistas tiene la perspectiva de que los espacios destinados al periodismo en Radio Monumental se mantienen, otros opinan sobre su aumento y finalmente otros mencionan que se presenta una disminución justificándolo con la prioridad que se le da a los oyentes y a las redes sociales y menos al reporteo.

Por tal razón, puede determinarse que según la perspectiva mayoritaria de los periodistas considera que los espacios dedicados al periodismo radiofónico en Radio Monumental ha disminuido.

Unidad 4. Categoría 4: Programación de música dentro del noticiero.

Seguidamente, se presentan las respuestas del sondeo aplicado a periodistas con el objetivo de conocer la perspectiva de los mismos con respecto a la programación de música dentro de un noticiero radiofónico que se transmite a nivel nacional.

En la siguiente tabla se presentan las respuestas de los comunicadores:

Tabla 40: Respuesta Sondeo 4.

¿Considera usted que dentro de un noticiero radiofónico que se transmite a nivel nacional se programe música?	
No.	No. Salvo que sea una revista noticiosa.
Depende del uso, me parece acertado.	Si.
Soy de una visión de que los tiempos cambian. Debe haber un equilibrio, pero un noticiero para mí puede tener fragmentos de música tal y como lo hace Radio Monumental.	No.
Sí.	No.
Sí me parece buenísimo que pongan música lo hace más dinámico y entretenido.	Jamás. Noticias son noticias y deben más bien reforzar el contenido.
Es variado para efectista un radio reportaje se puede ilustrar con música, pero no con canciones completas como tal vez se hace.	La verdad, no me gusta. Igual, depende de la música. La música y las "cortinas" han sido siempre esenciales en la producción radiofónica para imprimir estados de ánimo, pero de repente estar escuchando noticias y que te salgan con una cumbia, perdón, pero me parece que no va. De hecho, esa fue la última vez que escuché noticias de Monumental: un día que sintonicé el noticiario y, perdón, pero parecía la competencia de Omega.
Si.	No, son cosas diferentes.
No.	No. Si el espacio es de noticias debe ser solo de noticias.
No, porque si es un noticiero es para informarse	No lo creo adecuado.

de una forma rápida y oportuna.	
No.	No lo encuentro apropiado ya que un noticiero aunque puede ser dinámico debe ser serio para consolidar su credibilidad.

Nota: Elaboración propia con base en sondeo de Survey Monkey.

Los profesionales en la comunicación mencionan que efectivamente puede existir un equilibrio entre música y noticias, por otra parte, catalogan la programación de música en los noticieros como dinámico y entretenido.

La oposición cree no adecuada la programación musical, las canciones solo deben utilizarse en revistas radiofónicas o reportajes, pero en manera de efecto auditivo, aclaran que las “noticias son noticias”, se desaprueba la programación de “cumbia” en el noticiero cuando lo que se busca es informarse rápido, además de que el noticiero podría perder la credibilidad.

Como se puede observar, la mayoría de los comunicadores perciben que no es recomendable programar música durante un noticiero.

Unidad 4. Categoría 5: Opinión y comentarios dentro del noticiero.

En esta categoría se descubrirá la perspectiva de los periodistas con respecto la introducción de opinión o juicios de valor por parte de los periodistas y presentadores de los noticieros.

En la tabla que se observa a continuación se incluyen las respuestas de los comunicadores:

Tabla 41: Respuesta Sondeo 5.

¿Considera usted que dentro de un noticiero radiofónico que se transmite a nivel nacional se opine y comente la noticia por parte de los periodistas?	
Sí.	El comentario periodístico formal es parte del trabajo. En particular mucha falta hacen por ejemplo los editoriales. Claro está que si se está informando es informando y comentando es comentando. Cada uno en su espacio.
Sí.	Sí.

No me agrada.	Sí.
En ese apartado específico considero que debe existir claramente una voz editorial definida como sección. Es muy difícil en el ejercicio de la profesión no tomar partido o para decirlo de manera correcta expresar puntos de vista como comunicadores.	Sí.
No.	No, porque es un noticiero no un programa de opinión.
Mientras se especifique que es la opinión personal del periodista y sea breve me parece aceptable.	Es que ese es el enfoque que le han dado y no importa la opinión del periodista sino lo que opinen. Comentarios atinados como los que hacía doña Amelia y doña Mishelle Mitchell son dignos de escuchar.
Es bueno el periodismo de opinión a nivel nacional se debe hacer pero de una forma correcta y objetiva. Sí.	Para opinar y analizar, hay espacios. Cuando uno sintoniza un noticiero es para informarse de una forma ágil. Ahora bien, dar contexto a las noticias, pues no lo veo mal, pero ya entrar en la dinámica de opinar si algo está bien o mal, dentro del noticiero, NO.
Sí es factible, pero no se debe abusar del recurso.	No.
Se puede comentar o aportar más datos de relevancia pero nunca tomar partida de la noticia. En el periodismo la objetividad es vital.	Creo que las opiniones subjetivas están de más.
Dentro de un espacio enmarcado como de opinión sí, pero no se debe influir la noticia con la opinión del periodista.	Me parece atinado opinar y comentar siempre y cuando se priorice la ética y el respeto.

Nota: Elaboración propia con base en sondeo de Survey Monkey.

Las respuestas están divididas en dos criterios: el primero sí permite incluir comentarios de opinión, siempre y cuando se mantenga la ética, respeto, correcto, objetivo y breve; lo que dejaría de ser una opinión personal o juicio de valor a ser una opinión.

Se menciona que se debe aumentar los espacios de editorial dentro del medio.

Por otra parte, el segundo criterio: no agradan las opiniones personales en el noticiero, el periodista no debería tomar partida, no puede ser subjetivo, se indica que hay espacios dedicados a la opinión, razón por la cual no debería realizarse en un noticiero.

Según lo expuesto anteriormente se considera que la perspectiva de los periodistas es dividida, pero según la mayoría no es correcto que se emitan comentarios y opiniones de los periodistas dentro de un noticiero.

Unidad 4. Categoría 6: “Storytelling” en noticiero.

Seguidamente, se presentan las respuestas del sondeo aplicado a periodistas con el objetivo de conocer la perspectiva de los mismos con respecto a la utilización de la técnica del Story Telling dentro del un noticiero radiofónico.

En la siguiente tabla se presentan las respuestas de los comunicadores:

Tabla 42: Respuesta Sondeo 6.

¿Considera usted que es apropiado utilizar la técnica de “storytelling” o “contar historias” para realizar un noticiero? Y ¿Por qué?	
Reitero los tiempos cambian y los noticiarios de radio o tv deben buscar nuevos formatos.	Sí. Porque es de las cosas que más les gusta consumir a la audiencia.
Dependerá del formato, en este no me gusta.	Claro que sí, para un buen reportaje es vital el storytelling . Siempre respetando el género periodístico al que se refiera.
Sí. Lo hace más creativo y llama mejor la atención de las personas.	Sí, ese es el futuro de la comunicación.
Me parece que esta herramienta es válida, pero de nuevo insisto saber utilizarla. No cansar con ese contenido y saber transmitir el mensaje al escucha. Que capte la atención.	Eso va a depender del tipo de noticia que se esté dando.
Sí, es dinámico pero debe hacerse con datos no opiniones.	Contar historias siempre ha sido esencial dentro del periodismo. No lo veo mal, más bien, me parece un punto positivo, pero mientras se produzcan bien. Sí.
Sí, porque contarlos como una historia hace que el radioescucha entienda mejor lo que sucede, aunque también depende de si la noticia se presta para eso.	Sí, es un recurso que puede ayudar a captar la atención del oyente.
Se puede hacer, pero muy poco, sin abusar.	Podría adaptarse la versión periodística, ya que esta modalidad es muy de las Redes Sociales, pero en

	general gusta mucho a la gente.
Sí, se imagina mejor la noticia	En realidad así debe ser, las noticias son historias.
Dependiendo de la temática podría ser válido, sin abusar del recurso.	Sí. Humaniza la información.
Sí, porque eso permite crear más cercanía con el espectador	Podría ser interesante.

Nota: Elaboración propia con base en sondeo de Survey Monkey.

Se puede resumir, que según la perspectiva de los periodistas la utilización del Story telling en los noticieros podrían crear una cercanía con el radioescucha, y hacerle entender la información de manera fácil, es más dinámico, creativo y humaniza la noticia.

Además, se expresa el no abusar del recurso, el story telling se debe adaptar a la noticia y saber usar correctamente la técnica. Se menciona: “es el futuro de la radio”

Según la perspectiva de los periodistas con respecto a la utilización del story telling durante un noticiero radiofónico es positivo.

De esta manera se finaliza el capítulo IV de esta investigación, donde se siguió la pauta de los objetivos específicos y el general, mostrando todos los datos adquiridos y procesados sobre Radio Monumental para darle paso al siguiente capítulo, donde se darán las conclusiones y recomendaciones pertinentes.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el presente capítulo se exponen las conclusiones que surgen a partir del análisis de los resultados obtenidos por los diferentes instrumentos aplicados a lo largo del desarrollo de la investigación que son, los que se resumieron en el capítulo anterior. Este apartado no solo se planteará de manera concreta las conclusiones, también se darán recomendaciones que serán de utilidad para futuros estudios de investigación que sigan la misma temática.

Conclusiones

En la presente investigación se concluye que Radio Monumental no presenta mayor variación en su programación entre los años 2014 y 2017, mantiene la misma parrilla rígida, ya que no presenta cambios importantes en su programación.

Esto, a pesar de la eliminación del programa Costa Rica Campesina a las 4:30 de la mañana y el programa denominado: La Hora que Ortiga a las 9:30 de la noche, ambos programas fueron ubicados en horarios con muy poca audiencia y en su lugar se optó por transmitir repeticiones de otros programas de Monumental y no por hacer nuevas propuestas para los radioescuchas.

Por otra parte, también se concluye que la audiencia de Radio Monumental disminuyó notablemente entre el 2014 y el 2017, cayendo de 7,20% punto de rating a 4,56%; es decir, perdió 2,64% de audiencia en ese periodo. Por tal razón pasó del puesto 11 en la tabla nacional de las radioemisoras con más rating en el país, al puesto número 16.

Con base en los estudios de rating especializados para radio de la empresa IPSOS, Costa Rica, según las oleadas acumulativas del 2014 y 2017, se puede concluir también, que se dio una disminución en cuanto al interés de las agencias por comercializar en Radio Monumental, lo que pudo representar un ingreso económico menor entre el periodo en estudio; ya que según lo explicado por los entrevistados a profundidad, existe una relación de posición entre las 10 primeras emisoras del país y la preferencia de las agencias de publicidad para decir donde pautar.

Otra conclusión a la que se llegó a través de este estudio es que la audiencia de radio Monumental no es más joven, en el 2014 la edad promedio de su audiencia era de 35 años a los 55 y más, mientras que en el 2017 pasó a 45 años y más de 55, lo que significa que la edad promedio de la audiencia aumentó 10 años, esto a pesar de las declaraciones por parte del Director de Radio Monumental, Randall Rivera, (quien menciona que tiene un público de 25 años en adelante) se comprueba que el target es mayormente hombres, entre los 45 y más de 55 años y de un nivel socioeconómico alto y medio alto.

Se evidencia, según los expertos que dialogaron a través de la técnica de la entrevista a profundidad, las oleadas del EGM de IPSOS ayudan a los programadores y directores a conocer cómo responde la audiencia con respecto al contenido de los programas, esto les ayuda a hacer los cambios pertinentes para aumentar o retener su audiencia, esto nos muestra que a pesar de los estudios del EGM de IPSOS entre el 2014 y 2017 (12 oleadas en total), la programación de Radio Monumental con respecto a la parrilla no se reestructuró.

También se llegó a la conclusión de que durante el 2017 los programas de Radio Monumental no eran los líderes a nivel nacional. Tras una comparación con la emisora competencia (Radio Columbia) se encontró que todos los programas de Radio Columbia sobrepasan en audiencia a Radio Monumental, a excepción del programa 120 minutos que en su última hora de transmisión sobrepasa a Columbia.

En cuanto al contraste de los programas dedicados al periodismo en radio Monumental se concluye que a pesar de que se mantienen los mismos géneros y formatos estos han disminuido en calidad y tiempo efectivo.

Existe una disminución con respecto a la cantidad de fuentes mencionadas, menos inserciones, inclusive, menos notas o temas en cada programa del 2017 con respecto al 2014, siendo Noticias Monumental en sus dos primeras emisiones (mañana y medio día) las que más presentan estas disminuciones.

Se concluye que en Noticias Monumental durante el 2017 a diferencia del 2014, se utilizó música durante la transmisión del noticiero, además se realizaron bastantes comentarios cotidianos que no afectan a las noticias periodísticas, pero también se realizaron juicios de opinión por parte

de los presentadores con respecto a la noticias tanto a manera de comentario como en el estilo de lectura de la noticia, utilizando tonos irónicos o que denotan inconformidad o la no aprobación de la noticia por parte de los comunicadores y que de una u otra manera influyen en la percepción negativa de la información por parte de su audiencia.

En cuanto al Story telling en Noticias Monumental, se llega a la conclusión de que no se aplica correctamente. Las noticias se escuchan leídas, se hacen entonaciones, pero no se logra contar la noticia. Se incluye música desde clásicos del rock (Metállica o Depeche Mode) hasta canciones de ritmos bailables (J Balvin, Varlos Vives, Shakira) lo cual le quita tiempo a la información noticiosa y como se mencionó anteriormente, junto a los comentarios cotidianos y juicios de valor emitidos por los presentadores sobre noticias que se comentan lo que disminuye la atención de las mismas, por parte del público al cual se dirige el noticiero.

Para finalizar, se concluyó que los periodistas colegiados tiene la percepción de que si ha representado una disminución en el espacio que se le dedica al periodismo en Radio Monumental. A pesar de los cambios en cuanto a contenido, dichos cambios no han representado una disminución en la calidad. Sin embargo, los profesionales no están de acuerdo con la programación de música que interfiere como un distractor entre la noticia y la recepción que debe tener el público hacia esta, también se percibe como incorrecto la realización de juicios de valor propios de los comunicadores durante el noticiero junto a la realización incorrecta del Story Telling.

Recomendaciones

A continuación se presentan recomendaciones, tanto para Radio Monumental como para futuras investigaciones:

-Para el desarrollo correcto de la técnica del Story telling en Radio Monumental se recomienda, capacitaciones especializadas y práctica en la utilización de esta técnica a sus comunicadores, para que sea aplicada correctamente en el periodístico radiofónico.

-Como dato a futuras investigaciones, se motiva a investigar a profundidad la técnica del Story telling en general y la aplicación correcta en los diferentes campos del periodismo.

- De igual manera, se recomienda a próximas investigaciones sobre la aplicación del Story Telling en emisoras de Costa Rica, el caso de Central de Radios ya que todas las emisoras de corte musical que aplican esta técnica, presentaron un aumento en la posición de las radioemisoras más escuchadas a nivel nacional entre el 2014 y 2017 desde que la implementaron (ver apéndice E y F llamadas: Estudios de Medios Acumulada 2014 y 2017 respectivamente, comparar posiciones de Radio Disney, Exa, Zfm y La mejor) a excepción de Radio Monumental.

-A los actuales y futuros periodistas se les recomienda conocer la forma correcta de aplicar el storytelling en la práctica de la profesión y adaptarlo debidamente ya sea para radio, televisión, prensa o medios digitales.

- Se recomienda a Radio Monumental realizar un aumento en la calidad de contenido informativo en Noticias Monumental: utilizar más fuentes, entrevistas, incrementar la cantidad de notas y dedicar más tiempo a informar.

- También se recomienda a Noticias Monumental no programar música durante el noticiero, ya que no existe una buena percepción periodística, se recomienda crear otros formatos que permitan la programación de música.

-Por otra parte, se recomienda no emitir juicios de valor durante la lectura de noticias en el Noticiero Monumental por parte de los comunicadores.

- Por las recomendaciones anteriormente expuestas, se recomienda la creación de nuevos espacios informativos según el sondeo hecho a periodistas del COLPER, crear más espacios para editoriales, además de formatos con más flexibilidad donde se pueda programar música y a la vez informar, pero que no corresponda al formato del noticiero.

- Se recomienda a Radio Monumental, realizar estudios de impacto de mercado, para la creación de nuevos programas con el propósito de cautivar un público más joven, así como utilizar las plataformas de las emisoras pertenecientes al mismo Grupo Radiofónico (Central de Radios) para realizar “micros noticiosos” (en similitud a los de AMPrensa o CR Mundo), pero con el peso y reconocimiento de Monumental.

-Se recomienda realizar acciones en calidad y contenido de programas, estructura de parrilla, publicidad, entre otras, para aumentar la audiencia de Radio Monumental y colocarse nuevamente entre las 10 emisoras más escuchadas del país y ser líderes en su target.

-Para alcanzar la recomendación anterior, se pueden crear espacios radiofónicos que sean de interés o atractivos para una audiencia más joven, para posteriormente cautivarlos y aumentar la audiencia general.

-Y como última recomendación, incorporar figuras de peso periodístico tanto en las Noticias como en otros programas de Radio Monumental para editoriales o programas de opinión.

REFERENCIAS

- Álvarez, L. Hernán, A. Mendoza, M. (2017) La radio universitaria en el Ecuador. (PDF) Recuperado de: <http://autoevaluacion.uteq.edu.ec/index.php/csye/article/view/140/133>
- Alvarez, P. (2016) Vocación de radio: procesos de producción. España: Brujas.
- Arias, A. (2014) Diseño de una ciberradio para la Casa de las Artes Literarias Carmen Naranjo. Universidad de Costa Rica, Costa Rica. Recuperado de: <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/handle/123456789/2366>
- Arias, M. (2014) Radio Monumental apuesta a las aplicaciones móviles para subsistir en un mundo que se informa menos a través de la radio. (Tesis doctoral) Universidad Internacional de las Américas, Costa Rica.
- Baena, G. (2014) Ciencias de la comunicación 2. México: Patria.
- Barrantes, R. (2016) Investigación: Un camino al conocimiento. Un enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto. Costa Rica: EUNED.
- Bonet, M. Ala-Fossi, M. Albújar, M. Crusafon, C. Fernández, D. García, M. Guimerà, J. Pujol, J. (2016) El imperio del aire: espectro radioeléctrico y radiodifusión. (PDF) España: UOC
- Campos, G. (2017) Cuatro respuestas rápidas sobre el rating en radio. México. Recuperado de: <https://blog.grupoacir.com.mx/4-respuestas-rapidas-sobre-el-rating-en-radio>
- Carrera, P. Limón, N. Herrero, E. Sainz de Baranda, C. (2013) Transmedialidad y ecosistema digital. Historia y Comunicación Social. Vol. 18 N° Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/44257/41824>

Diccionario de la Real Academia Española. Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=FB7OOOp>

Docampo, G. (2000) La radio antigua. Evolución de los receptores de lámparas y guía práctica para su restauración. Reseña histórica de la radiodifusión. España: Marcombo

Freire, A. (2017) ¿Cómo crear un storytelling de marca?: de la teoría a la práctica profesional. España: UOC. Recuperado de: <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliouiasp/detail.action?docID=5308379>.

Freire, A. (2016). Estudio de la programación de radio Cómplice 99.7 fm en Cuenca en los primeros tres meses del 2015; y propuestas de nuevos modelos y contenidos para mejoramiento de su programación. (Tesis doctoral) (PDF) Universidad de Cuenca, Ecuador. Recuperado de: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/24124/1/TESIS.pdf>

García, J. (2015) Comunicar en la Sociedad Red: teorías, modelos y prácticas. España: UOC. Recuperado de: <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliouiasp/detail.action?docID=3430202>.

Ghignoli, A. Montabes, A. (2014) La traducción y los géneros periodísticos. (PDF) Recuperado de: <https://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/mutatismutandis/article/view/19664/17411>

Hernández, C. (2016) Radio: Un Medio de Comunicación para Todos los Tiempos. (PDF) Recuperado de: http://sistemamid.com/panel/uploads/biblioteca/2014-09-27_01-01-11110846.PDF

Hernández, R. Fernández, C y Baptista, P. (2014) Metodología de la investigación. México: McGraw Hill Education

Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC] (2017) Encuesta Continua de Empleo al primer trimestre de 2017 RESULTADOS GENERALES. Recuperado de: <http://www.inec.go.cr/sites/default/files/documentos-biblioteca-virtual/reece-i-t-2017.pdf>

Martí, J. (2016) 51 ideas para hacer buena radio. (PDF) España: UOC.

Martínez, M. (2017) Evolución de la participación de los oyentes en la programación de radio: el caso de Radio Nacional de España, 2004-2014 (Tesis doctoral) (PDF) Universidad Carlos III de Madrid, España. Recuperado de: https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/24113/evolucion_martinez_tesis.pdf?sequence=1

Monroy, A. (2016) El origen de un sueño- La Historia de la Radio (VIDEO Documental). Recuperado de: <https://vimeo.com/185513681>

Morera, G. (2014) Armando Céspedes Marín, el gran padre de la radio de Costa Rica para el mundo (VIDEO). Recuperado de: <http://everardoherrera.com/index.php/notas-fuera-de-juego/4279-armando-cespedes-marin-el-gran-padre-de-la-radio-de-costa-rica-para-el-mundo-video>

Oviedo, G. (2004) La definición del concepto de percepción en psicología con base en la Teoría Gestalt. Colombia: Universidad de los Andes. Recuperado de: <http://ref.scielo.org/wxd2fg>

Payer, M. (2005) Teoría del constructivismo social de Lev Vygotsky en comparación con la teoría Jean Piaget. (PDF) Recuperado de: <http://miedd-distribucioncentral.com/anuncios/MinNinos/costruc/TeoriaConstructivismo.pdf>

PerezPérez, F. (2016) Los inicios de la radio en Hispanoamérica: 1920-1930. (PDF) Recuperado de: <http://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/temas/index.php/temas/article/view/2576>

Ramos, A. (2017) Periodismo del siglo XXI. México: Notimex.

- Rodríguez, A. (2016). "La evolución de la radio y la influencia de las nuevas tecnologías en la comunicación entre locutor y oyente." (Tesis doctoral) Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2016/05/01/Rodriguez-Ana.pdf>
- Rodríguez, C. (2012) Historia de la Radio. (AUDIO) Costa Rica: CANARA. Recuperado de: http://canara.org/index.php?option=com_content&view=article&id=2322:eurobonos-y-cuentos-chinos&catid=904&Itemid=15
- Rosenthal, L. (2015) Radio Benjamin. España: Akal. Recuperado de: <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliouiasp/detail.action?docID=4794974>.
- Sanguinetti, S. Alvarez, P. Arias, S. (2016) Vocación de radio: procesos de producción. (PDF) España: UOC.
- Santos, A. (2013) El día que Orson Welles sembró el pánico con «La guerra de los mundos». España: ABC. Recuperado de: <http://www.abc.es/cultura/20131030/abci-aniversario-orson-welles-guerra-201310300614.html>
- Sistema de Información Cultural de Costa Rica [SICULTURA] (2015) Reseña Historica de Radio Monumental. Recuperado de: <https://si.cultura.cr/agrupaciones-y-organizaciones/radio-monumental-935-fm.html>
- Tomé, C. (2016) La primera confirmación experimental de la teoría de Maxwell. Recuperado de: <https://culturacientifica.com/2016/08/09/la-primera-confirmacion-experimental-la-teoria-maxwell/>
- Trovar, E. (2013) Cronología de la radiodifusión en Costa Rica. Recuperado de: http://www.primeraplana.or.cr/es/Hist%C3%B3rico/Cronologia_de_la_radiofifusion_de_Costa_Rica/

Zapata, Y. (2014) Teletica Radio:Una propuesta para ir más allá de la información. (Tesis doctoral) Universidad Internacional de las Américas, Costa Rica.

Zapata, Y. (2018) Presentación: Géneros periodísticos. (PDF) Costa Rica: Universidad Internacional de las Américas. Recuperado de donde

Zúñiga, E. (2016). Un acercamiento a la radio costarricense: Perfiles, rutinas de trabajo y herramientas tecnológicas en el periodismo radiofónico de Radio Monumental y ADN Radio. (Tesis doctoral). Escuela de la Comunicación Colectiva, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Costa Rica, Costa Rica.

APÉNDICE

Apéndice A: Formato de entrevista a profundidad

¿Qué se define como “programación de una emisora”?

¿Cómo se estructura?

¿Qué son franjas horarias?

¿Cómo funcionan las bajas en las franjas horarias?

¿Cómo funcionan las altas en Franjas horarias?

¿Cuáles programas se colocan primero?

¿Cada cuánto cambia la programación?

¿Cuál es el motivo de esos cambios?

¿Qué es rating y qué importancia tiene?

¿Cómo se interpretan las encuestas?

¿Una variación en el rating propicia cambios en la programación?

¿Cómo se sostiene una programación para que sea escuchada?

¿Cómo saber que le gusta a tu público meta?

¿Cree que las noticias o programas de géneros periodísticos no le gustan a la gente?

¿A quiénes si le gustan?

Desde su experiencia como programador, en un caso hipotético de que una emisora de cualquier perfil (juvenil, noticiosa, contemporánea) con el pasar del tiempo pierda espacios en la encuesta de IPSOS, que pase de número 5 a número 12 en cuatro años ¿cómo interpretaría dicho escenario? ¿Qué pasó o pudo haber pasado?

Apéndice B. Sondeo

Universidad Internacional de las Américas UIA

Escuela de Periodismo

Cuestionario I: Sondeo

Estimado periodista colegiado:

Por medio de la presente le saludo y le invito a responder el siguiente cuestionario, sus respuestas son confidenciales y anónimas, el objetivo es recolectar información para un sondeo que analizará su opinión profesional sobre las programaciones de Radio Monumental.

El cuestionario del sondeo es uno de los instrumentos que servirá para el análisis del problema de estudio de la tesis de la estudiante de la carrera de periodismo, Annette Núñez.

La presente indagatoria ayudará también a evaluar y optimizar el grado de satisfacción y de motivación con respecto a las programaciones de Radio Monumental del año 2014 al año 2017, por eso es importante que sus respuestas tengan un alto grado de honestidad

Agradecemos su participación para efectos de la presente investigación.

Fecha de inicio: lunes 18 de junio 2018

Fecha de finalización: lunes 25 de junio 2018

Elaborado por: Annette Núñez

Indicaciones:

Por favor, marque con una X su respuesta en preguntas cerradas y contestes de forma breve las preguntas abiertas.

2. Edad:

18 a menos de 28

28 a menos de 38

38 a menos de 48

48 a menos de 58

58 a menos de 68

68 o más _____ especifique.

Grado Académico:

Bachiller

Licenciado (a)

Maestría

Doctorado

1. ¿Usted escucha o ha escuchado programas en Radio Monumental? Menciones cuales.

2. ¿Desde hace cuánto tiempo lo escucha?

3. ¿Considera que en los últimos 5 años existen cambios significativos en la programación de Radio Monumental? ¿Cree que estos cambios han repercutido positiva o negativamente con respecto a un aumento en la audiencia y por qué?

4. Según su criterio ¿Estos cambios han provocado una disminución en la calidad de los programas periodísticos dentro de Radio Monumental?

5. ¿Cree usted que el espacio dedicado al periodismo radiofónico aumenta o disminuye con el pasar del tiempo en Radio Monumental?

6. ¿Considera usted que dentro de un noticiero radiofónico que se transmite a nivel nacional se programe música?

¿Considera usted que dentro de un noticiero radiofónico que se transmite a nivel nacional se opine y comente la noticia por parte de los periodistas?

7. ¿Considera usted que es apropiado utilizar la técnica de “storytelling” o “contar historias” para realizar un noticiero? Y ¿Por qué?

Apéndice C

Parrilla de programación de Radio Monumental 2014.

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
4:00 a 5:00	Costa Rica campesina	Costa Rica campesina	Costa Rica campesina	Costa Rica campesina	Costa Rica campesina
5:00 a 5:30	Acontecer agropecuario	Acontecer agropecuario	Acontecer agropecuario	Acontecer agropecuario	Acontecer agropecuario
5:30 a 7:00	Noticias Monumental	Noticias Monumental	Noticias Monumental	Noticias Monumental	Noticias Monumental
7:00 a 9:00	Nuestra Voz	Nuestra Voz	Nuestra Voz	Nuestra Voz	Nuestra Voz
9:00 a 11:00	120 min	120 min	120 min	120 min	120 min
11:00 a 12:30	Noticias Monumental	Noticias Monumental	Noticias Monumental	Noticias Monumental	Noticias Monumental
12:30 a 2:00	Escenario deportivo	Escenario deportivo	Escenario deportivo	Escenario deportivo	Escenario deportivo
2:00 a 3:30	Matices	Matices	Matices	Matices	Matices
3:30 a 4:00	Así es la cosa	Así es la cosa	Así es la cosa	Así es la cosa	Así es la cosa
4:00 a 5:00	Oro y grana	Oro y grana	Oro y grana	Oro y grana	Oro y grana
5:00 a 7:00	Pelando el Ojo	Pelando el Ojo	Pelando el Ojo	Pelando el Ojo	Pelando el Ojo
7:00 a 8:00	Noticias Monumental	Noticias Monumental	Noticias Monumental	Noticias Monumental	Noticias Monumental
8:00 a 9:30	Hablemos del Deporte	Hablemos del Deporte	Hablemos del Deporte	Hablemos del Deporte	Hablemos del Deporte
9:30 a 11 pm	La hora que ortiga	La hora que ortiga	La hora que ortiga	La hora que ortiga	La hora que ortiga
11:00 a 1:00	Repetición Nuestra Voz	Repetición Nuestra Voz	Repetición Nuestra Voz	Repetición Nuestra Voz	Repetición Nuestra Voz
1:00 a 2:00	Repetición Oro y grana	Repetición Oro y grana	Repetición Oro y grana	Repetición Oro y grana	Repetición Oro y grana
2:00 a 4:30	Repetición de Pelando el Ojo	Repetición de Pelando el Ojo	Repetición de Pelando el Ojo	Repetición de Pelando el Ojo	Repetición de Pelando el Ojo

Nota: Radio Monumental 2014

Apéndice D

Parrilla de programación de Radio Monumental 2017.

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
4:00 a 5:00	Repetición de Así es la cosa.	Repetición de Así es la cosa.	Repetición de Así es la cosa.	Repetición de Así es la cosa.	Repetición de Así es la cosa.
5:00 a 5:30	Acontecer agropecuario	Acontecer agropecuario	Acontecer agropecuario	Acontecer agropecuario	Acontecer agropecuario
5:30 a 7:00	Noticias Monumental	Noticias Monumental	Noticias Monumental	Noticias Monumental	Noticias Monumental
7:00 a 9:00	Nuestra Voz	Nuestra Voz	Nuestra Voz	Nuestra Voz	Nuestra Voz
9:00 a 11:00	120 min	120 min	120 min	120 min	120 min
11:00 a 12:30	Noticias Monumental	Noticias Monumental	Noticias Monumental	Noticias Monumental	Noticias Monumental
12:30 a 2:00	Escenario deportivo	Escenario deportivo	Escenario deportivo	Escenario deportivo	Escenario deportivo
2:00 a 3:30	Matices	Matices	Matices	Matices	Matices
3:30 a 4:00	Así es la cosa	Así es la cosa	Así es la cosa	Así es la cosa	Así es la cosa
4:00 a 5:00	Oro y grana	Oro y grana	Oro y grana	Oro y grana	Oro y grana
5:00 a 7:00	Pelando el Ojo	Pelando el Ojo	Pelando el Ojo	Pelando el Ojo	Pelando el Ojo
7:00 a 8:00	Noticias Monumental	Noticias Monumental	Noticias Monumental	Noticias Monumental	Noticias Monumental
8:00 a 9:30	Hablemos del Deporte	Hablemos del Deporte	Hablemos del Deporte	Hablemos del Deporte	Hablemos del Deporte
9:30 a 11 pm	Repetición de Matices	Repetición de Matices	Repetición de Matices	Repetición de Matices	Repetición de Matices
11:00 a 1:00	Repetición Nuestra Voz	Repetición Nuestra Voz	Repetición Nuestra Voz	Repetición Nuestra Voz	Repetición Nuestra Voz
1:00 a 2:00	Repetición Oro y grana	Repetición Oro y grana	Repetición Oro y grana	Repetición Oro y grana	Repetición Oro y grana
2:00 a 4:00	Repetición de Pelando el Ojo	Repetición de Pelando el Ojo	Repetición de Pelando el Ojo	Repetición de Pelando el Ojo	Repetición de Pelando el Ojo

Nota: Radio Monumental 2017

Apéndice E

Estudios de Medios Acumulada 2014.

Total - 2,508,625 / 12,011 (Costa Rica 4° Acum. 2014)		
Casos: Ponderado		
Fecha: 2018/06/22 12:04		
Copyright © IPSOS MediaCT 2018 - POPPY		
Indicador : % t.		
Modalidad en fila : Audiencia Emisoras U.30		
	Modalidades	Total
	Total	100,00 %
1	102.7 FM - Exa	17,43 %
2	92.3 FM Radio WAO	12,47 %
3	101.1 FM - Radio Disney	11,85 %
4	105.1 FM - Omega	11,32 %
5	97.5 FM - Musical	11,05 %
6	90.3 FM - Sinfonola	10,43 %
7	98.7 FM - Columbia	9,14 %
8	103.1 FM - 103 Radio	7,98 %
9	92.7 FM - Columbia Estereo	7,92 %
10	89.9 FM - Besame/89.9	7,49 %
11	93.5 - Monumental	7,20 %
12	95.1 FM - Z FM	6,35 %
13	99.1 FM La Mejor	6,13 %
14	97.1/1080 FM - Faro del Caribe	6,13 %
15	99.9 FM - Azul (99.9)	5,79 %
16	99.5 FM - Radio Dos	5,43 %
17	105.9 FM - Radio Urbano	5,24 %
18	103.5 FM - Best FM	5,20 %
19	98.3 FM - Estereo Vision	5,01 %
20	104.3 FM - Los 40 Principales	4,29 %
21	94.3 FM - Momentos Reloj	3,90 %
22	93.1/1040 FM - Fides	3,62 %
23	91.1 FM - RED 91.1	3,40 %
24	91.5 FM - Radio Q´ Teja	3,33 %
25	106.7 FM - Unción Radio	3,30 %
26	95.9 FM - 959	3,19 %
27	91.9 FM - Zoom	2,88 %
28	105.5 FM - OK! Radio	2,84 %
28	93.9 FM IQ Radio	2,70 %
30	95.5 FM - Jazz	2,55 %
31	90.7 FM - ADN	2,47 %



32	94.7 FM - 94.7	2,44 %
33	104.7 FM Radio Hit	2,01 %
34	106.3 FM - Shock FM	1,49 %
35	107.5 FM - Yeah 107.5	1,42 %
36	98.3 /1220 FM - Casino	1,20 %
37	100.7 / 610 AM - María	0,94 %
38	101.9 FM - Radio U	0,92 %
39	88.7 FM - 88 Estereo	0,87 %
40	107.9 FM - Bahia Puntarenas	0,75 %
41	89.5 FM - Life FM	0,73 %
42	88.3 FM - Colosal	0,72 %
43	100.3 FM - Globo	0,66 %
44	96.7/870 FM - Universidad	0,60 %
45	FM - 89.1 La Super Estación	0,57 %
46	107.1 FM Actual	0,52 %
47	88.7 FM - Lira	0,41 %
48	87.7 FM - CANAL 6 NOTICIAS	0,39 %
49	103.9/1400 AM - Sinai	0,27 %
50	101.5/590 FM - Nacional	0,27 %
51	107.9 FM - Bahia Limón	0,20 %
52	96.3 FM - Radio Centro	0,15 %
53	1440 AM - San Carlos	0,14 %
54	800 AM - La Gigante	0,12 %
55	550 AM - Santa Clara	0,12 %
56	101.5 FM - Cultural de Telire	0,10 %
57	1100 AM - Chorotega	0,10 %
58	1200 AM - Cu Cu	0,09 %
59	890 AM - Radio Heredia	0,08 %
60	780 AM - America	0,08 %
61	88.1 FM - Cultural de Boruca	0,08 %
62	1180 AM - Victoria	0,08 %
63	1600 AM /88.3 FM - Cultural Nicoyano	0,08 %
64	670 AM - Radio Managua	0,07 %
65	1540 AM - Enlace	0,07 %
66	1120 AM - Radio Alajuela	0,06 %
67	910 AM - Metropolis	0,05 %
68	1600 AM /88.3 FM - Cultural Pital	0,05 %
69	1140 AM - Nueva	0,04 %
70	1600 AM - 16 Grecia	0,04 %
71	700 AM - Radio Sonora	0,04 %
72	850 AM - Radio Cartago	0,03 %

73	930 AM - Costa Rica	0,03 %
74	88.3 FM Cultural Tilaran	0,03 %
75	1300 AM - La Fuente Musical	0,03 %
76	570 AM - Libertad	0,02 %
77	1340 AM - Sideral	0,02 %
78	530 AM - Internacional	0,02 %
79	1360 AM - 1360 AM	0,02 %
80	820 AM - Tigre	0,02 %
81	100.7/1000 FM - Mil	0,02 %
82	1260 AM - Emaus	0,02 %
83	1580 AM 88.3 FM - La Voz de Talamanca/Amburi	0,02 %
84	640 AM - Rica	0,02 %
85	1280 AM - Visión 1280	0,02 %
86	1600 AM - Pococi	0,01 %
87	1020 AM - Mil Veinte	0,01 %
88	1620 AM - Paz Internacional	0,01 %
89	1580 AM /88.1 FM - Cultural Corredores	0,01 %
90	1600 AM - Radio La Buenisima	0,01 %
91	1380 AM - Guanacaste	0,01 %
92	102.3 FM - Super Radio	0,01 %
93	1420 AM - Pampa	0,01 %
94	1560 AM - Nicoya	0,01 %
95	1600 AM - Quepos	0,01 %
96	960 AM - Rainforest	0,00 %
97	1120 AM - Uncion	0,00 %
98	730 AM - Radio Pacifico	0,00 %
99	1600 AM /88.3 FM - Cultural Upala	0,00 %
100	1600 AM /88.3 FM - Cultural Turrialba	0,00 %
101	1580 AM /88.3 FM - Cultural Maleku	0,00 %
102	1580 AM /88.3 FM - Cultural Los Santos	0,00 %
103	1580 AM /88.3 FM - Cultural Los Chiles	0,00 %
104	1580 AM /88.3 FM - Cultural La Cruz	0,00 %
105	1600 AM /88.1 FM - Cultural Buenos Aires	0,00 %
106	1240 AM - Corobici	0,00 %
107	1500 AM - Cima Pérez Zeledón	0,00 %
108	1480 AM - Betania	0,00 %
109	106.3 FM - Contacto	0,00 %

Nota: IPSOS 2014

Apéndice F

Estudios de Medios Acumulada 2017.

Total - 2,508,625 / 10,231 (Costa Rica 4° Acum. 2017)		
Casos: Ponderado		
Fecha: 2018/06/22 12:07		
Copyright © IPSOS MediaCT 2018 - POPPY		
Indicador : % t.		
Modalidad en fila : Audiencia Emisoras U.30		
	Modalidades	Total
	Total	100,00 %
1	101.1 FM - Radio Disney	12,89 %
2	102.7 FM - Exa	12,85 %
3	97.5 FM - Musical	9,03 %
4	92.3 FM Radio WAO	8,65 %
5	90.3 FM - Sinfonola	7,03 %
6	98.7 FM - Columbia	6,80 %
7	89.9 FM - Besame/89.9	6,49 %
8	99.1 FM La Mejor	6,18 %
9	99.5 FM - Radio Dos	5,56 %
10	105.1 FM - Omega	5,51 %
11	95.1 FM - Z FM	5,42 %
12	92.7 FM - Columbia Estereo	5,40 %
13	103.5 FM - Best FM	5,18 %
14	103.1 FM - 103 Radio	4,89 %
15	97.1/1080 FM - Faro del Caribe	4,73 %
16	93.5 - Monumental	4,56 %
17	104.3 FM - Los 40 Principales	4,55 %
18	98.3 FM - Estereo Vision	4,52 %
19	105.9 FM - Radio Urbano	4,49 %
20	91.5 FM - Radio Q´ Teja	4,46 %
21	90.7 FM - ADN	2,79 %
22	102.3 FM - Super Radio	2,76 %
23	93.1/1040 FM - Fides	2,75 %
24	93.9 FM IQ Radio	2,66 %
25	104.7 FM Radio Hit	2,64 %
26	105.5 FM - OK! Radio	2,64 %
27	99.9 FM - Azul (99.9)	2,57 %
28	94.3 FM - Momentos Reloj	2,44 %
28	106.7 FM - Unción Radio	2,42 %
30	95.5 FM - Jazz	2,09 %

31	94.7 FM - 94.7	1,70 %
32	88.7 FM - 88 Estereo	1,28 %
33	98.3 /1220 FM - Casino	1,21 %
34	95.9 FM - 959	1,19 %
35	106.3 FM - Shock FM	1,10 %
36	107.5 FM - Yeah 107.5	0,96 %
37	100.7 / 610 AM - María	0,93 %
38	89.5 FM - Life FM	0,85 %
39	101.9 FM - Radio U	0,78 %
40	107.1 FM Actual	0,73 %
41	96.7/870 FM - Universidad	0,67 %
42	88.3 FM - Colosal	0,66 %
43	91.9 FM - Zoom	0,58 %
44	107.9 FM - Bahía Puntarenas	0,40 %
45	FM - 89.1 La Super Estación	0,39 %
46	103.9/1400 AM - Sinai	0,38 %
47	91.1 FM - RED 91.1	0,38 %
48	87.7 FM - CANAL 6 NOTICIAS	0,32 %
49	107.9 FM - Bahía Limón	0,28 %
50	550 AM - Santa Clara	0,25 %
51	88.7 FM - Lira	0,19 %
52	101.5/590 FM - Nacional	0,19 %
53	96.3 FM - Radio Centro	0,16 %
54	1600 AM /88.3 FM - Cultural Pital	0,16 %
55	1440 AM - San Carlos	0,15 %
56	1600 AM /88.3 FM - Cultural Nicoyano	0,13 %
57	100.3 FM - Globo	0,12 %
58	800 AM - La Gigante	0,11 %
59	88.1 FM - Cultural de Boruca	0,08 %
60	1100 AM - Chorotega	0,08 %
61	1120 AM - Radio Alajuela	0,08 %
62	1420 AM - Pampa	0,07 %
63	930 AM - Costa Rica	0,07 %
64	1540 AM - Enlace	0,06 %
65	1560 AM - Nicoya	0,05 %
66	88.3 FM Cultural Tilaran	0,04 %
67	101.5 FM - Cultural de Telire	0,04 %
68	1580 AM /88.1 FM - Cultural Corredores	0,04 %
69	1020 AM - Mil Veinte	0,04 %
70	100.7/1000 FM - Mil	0,04 %
71	1600 AM - 16 Grecia	0,04 %

72	1600 AM - Pococi	0,03 %
73	1300 AM - La Fuente Musical	0,03 %
74	1600 AM /88.1 FM - Cultural Buenos Aires	0,03 %
75	1280 AM - Visión 1280	0,02 %
76	1600 AM - Quepos	0,02 %
77	1620 AM - Paz Internacional	0,02 %
78	1580 AM /88.3 FM - Cultural Los Santos	0,02 %
79	910 AM - Metropolis	0,01 %
80	1580 AM /88.3 FM - Cultural La Cruz	0,01 %
81	1480 AM - Betania	0,01 %
82	1600 AM /88.3 FM - Cultural Upala	0,01 %
83	1260 AM - Emaus	0,01 %
84	820 AM - Tigre	0,01 %
85	1200 AM - Cu Cu	0,01 %
86	1580 AM 88.3 FM - La Voz de Talamanca/Amburi	0,01 %
87	850 AM - Radio Cartago	0,01 %
88	1600 AM /88.3 FM - Cultural Turrialba	0,01 %
89	1360 AM - 1360 AM	0,01 %
90	670 AM - Radio Managua	0,01 %
91	1180 AM - Victoria	0,01 %
92	570 AM - Libertad	0,01 %
93	700 AM - Radio Sonora	0,00 %
94	1340 AM - Sideral	0,00 %
95	106.3 FM - Contacto	0,00 %
96	780 AM - America	0,00 %
97	1500 AM - Cima Pérez Zeledón	0,00 %
98	1240 AM - Corobici	0,00 %
99	1580 AM /88.3 FM - Cultural Los Chiles	0,00 %
100	1580 AM /88.3 FM - Cultural Maleku	0,00 %
101	890 AM - Radio Heredia	0,00 %
102	1600 AM - Radio La Buenisima	0,00 %
103	1380 AM - Guanacaste	0,00 %
104	530 AM - Internacional	0,00 %
105	1140 AM - Nueva	0,00 %
106	730 AM - Radio Pacifico	0,00 %
107	640 AM - Rica	0,00 %
108	1120 AM - Uncion	0,00 %
109	960 AM - Rainforest	0,00 %

Nota: IPSOS 2017

Apéndice G

Rating de programas de Radio Monumental 2014 IPSOS

Total - 2,508,625 / 12,011 (Costa Rica 4° Acum. 2014)	
Casos: Ponderado	
Fecha: 2018/06/22 12:18	
Copyright © IPSOS MediaCT 2018 - POPPY	
Indicador : % t.	
Modalidad en fila : 93.5 - Monumental	
Modalidades	Total
Total	100,00 %
6 a 9 AM	1,43 %
12 A 2 PM	0,65 %
5 a 7 PM	0,68 %
04.00 a 04.30	0,01 %
04.30 a 05.00	0,01 %
05.00 a 05.30	0,12 %
05.30 a 06.00	0,23 %
06.00 a 06.30	0,69 %
06.30 a 07.00	0,80 %
07.00 a 07.30	0,91 %
07.30 a 08.00	0,85 %
08.00 a 08.30	0,82 %
08.30 a 09.00	0,81 %
09.00 a 09.30	0,64 %
09.30 a 10.00	0,63 %
10.00 a 10.30	0,60 %
10.30 a 11.00	0,59 %
11.00 a 11.30	0,57 %
11.30 a 12.00	0,54 %
12.00 a 12.30	0,58 %
12.30 a 13.00	0,54 %
13.00 a 13.30	0,49 %
13.30 a 14.00	0,41 %
14.00 a 14.30	0,49 %
14.30 a 15.00	0,47 %
15.00 a 15.30	0,47 %
15.30 a 16.00	0,46 %
16.00 a 16.30	0,41 %
16.30 a 17.00	0,46 %
17.00 a 17.30	0,59 %
17.30 a 18.00	0,58 %

18.00 a 18.30	0,44 %
18.30 a 19.00	0,34 %
19.00 a 19.30	0,22 %
19.30 a 20.00	0,19 %
20.00 a 20.30	0,18 %
20.30 a 21.00	0,19 %
21.00 a 21.30	0,30 %
21.30 a 22.00	0,42 %
22.00 a 22.30	0,23 %
22.30 a 23.00	0,51 %
23.00 a 23.30	0,06 %
23.30 a 24.00	0,08 %
24.00 a 24.30	0,08 %
24.30 a 01.00	0,04 %
01.00 a 01.30	0,03 %
01.30 a 02.00	0,03 %
02.00 a 02.30	0,01 %
02.30 a 03.00	0,01 %
03.00 a 03.30	0,00 %
03.30 a 04.00	0,00 %

Nota:IPSOS 2014

Apéndice H

Rating de programas de Radio Monumental 2017 IPSOS

Total - 2,508,625 / 10,231 (Costa Rica 4° Acum. 2017)	
Casos: Ponderado	
Fecha: 2018/06/22 12:20	
Copyright © IPSOS MediaCT 2018 - POPPY	
Indicador : % t.	
Modalidad en fila : 93.5 - Monumental	
Modalidades	Total
Total	100,00 %
6 a 9 AM	1,32 %
12 A 2 PM	0,54 %
5 a 7 PM	0,36 %
04.00 a 04.30	0,01 %
04.30 a 05.00	0,02 %
05.00 a 05.30	0,10 %
05.30 a 06.00	0,15 %
06.00 a 06.30	0,49 %
06.30 a 07.00	0,52 %
07.00 a 07.30	0,71 %
07.30 a 08.00	0,57 %
08.00 a 08.30	0,61 %
08.30 a 09.00	0,62 %
09.00 a 09.30	0,74 %
09.30 a 10.00	0,72 %
10.00 a 10.30	0,78 %
10.30 a 11.00	0,71 %
11.00 a 11.30	0,52 %
11.30 a 12.00	0,50 %
12.00 a 12.30	0,34 %
12.30 a 13.00	0,43 %
13.00 a 13.30	0,36 %
13.30 a 14.00	0,32 %
14.00 a 14.30	0,26 %
14.30 a 15.00	0,24 %
15.00 a 15.30	0,35 %
15.30 a 16.00	0,40 %
16.00 a 16.30	0,34 %
16.30 a 17.00	0,29 %
17.00 a 17.30	0,31 %
17.30 a 18.00	0,27 %

18.00 a 18.30	0,25 %
18.30 a 19.00	0,21 %
19.00 a 19.30	0,14 %
19.30 a 20.00	0,15 %
20.00 a 20.30	0,03 %
20.30 a 21.00	0,03 %
21.00 a 21.30	0,07 %
21.30 a 22.00	0,07 %
22.00 a 22.30	0,04 %
22.30 a 23.00	0,01 %
23.00 a 23.30	0,01 %
23.30 a 24.00	0,01 %
24.00 a 24.30	0,01 %
24.30 a 01.00	0,01 %
01.00 a 01.30	0,01 %
01.30 a 02.00	0,01 %
02.00 a 02.30	0,00 %
02.30 a 03.00	0,00 %
03.00 a 03.30	0,00 %
03.30 a 04.00	0,00 %

Nota: Ipsos 2017

Apéndice I

Tabla de comparación del rating de programas de Radio Monumental del 2014 y 2017

Horario	Programas 2014	Rating 2014	Programas 2017	Rating 2017	Evaluación
04.00 a 04.30	Costa Rica campesina	0,01 %	(ya no se transmite)	0,01 %	Se mantiene
04.30 a 05.00	Costa Rica campesina	0,01 %	(ya no se transmite)	0,02 %	Aumentó
05.00 a 05.30	Acontecer agropecuario	0,12 %	Acontecer agropecuario	0,10 %	Disminuyó
05.30 a 06.00	Noticias Monumental	0,23 %	Noticias Monumental	0,15 %	Disminuyó
06.00 a 06.30	Noticias Monumental	0,69 %	Noticias Monumental	0,49 %	Disminuyó
06.30 a 07.00	Noticias Monumental	0,80 %	Noticias Monumental	0,52 %	Disminuyó
07.00 a 07.30	Nuestra Voz	0,91 %	Nuestra Voz	0,71 %	Disminuyó
07.30 a 08.00	Nuestra Voz	0,85 %	Nuestra Voz	0,57 %	Disminuyó
08.00 a 08.30	Nuestra Voz	0,82 %	Nuestra Voz	0,61 %	Disminuyó
08.30 a 09.00	Nuestra Voz	0,81 %	Nuestra Voz	0,62 %	Disminuyó
09.00 a 09.30	120 min	0,64 %	120 min	0,74 %	Aumentó
09.30 a 10.00	120 min	0,63 %	120 min	0,72 %	Aumentó
10.00 a 10.30	120 min	0,60 %	120 min	0,78 %	Aumentó
10.30 a 11.00	120 min	0,59 %	120 min	0,71 %	Aumentó
11.00 a 11.30	Noticias Monumental	0,57 %	Noticias Monumental	0,52 %	Disminuyó
11.30 a 12.00	Noticias Monumental	0,54 %	Noticias Monumental	0,50 %	Disminuyó
12.00 a 12.30	Noticias Monumental	0,58 %	Noticias Monumental	0,34 %	Disminuyó
12.30 a 13.00	Escenario deportivo	0,54 %	Escenario deportivo	0,43 %	Disminuyó
13.00 a 13.30	Escenario deportivo	0,49 %	Escenario deportivo	0,36 %	Disminuyó
13.30 a 14.00	Escenario deportivo	0,41 %	Escenario deportivo	0,32 %	Disminuyó
14.00 a 14.30	Matices	0,49 %	Matices	0,26 %	Disminuyó
14.30 a 15.00	Matices	0,47 %	Matices	0,24 %	Disminuyó
15.00 a 15.30	Matices	0,47 %	Matices	0,35 %	Disminuyó
15.30 a 16.00	Así es la cosa	0,46 %	Así es la cosa	0,40 %	Disminuyó
16.00 a 16.30	Oro y grana	0,41 %	Oro y grana	0,34 %	Disminuyó
16.30 a 17.00	Oro y grana	0,46 %	Oro y grana	0,29 %	Disminuyó
17.00 a 17.30	Pelando el Ojo	0,59 %	Pelando el Ojo	0,31 %	Disminuyó
17.30 a 18.00	Pelando el Ojo	0,58 %	Pelando el Ojo	0,27 %	Disminuyó
18.00 a 18.30	Pelando el Ojo	0,44 %	Pelando el Ojo	0,25 %	Disminuyó
18.30 a 19.00	Pelando el Ojo	0,34 %	Pelando el Ojo	0,21 %	Disminuyó
19.00 a 19.30	Noticias Monumental	0,22 %	Noticias Monumental	0,14 %	Disminuyó
19.30 a 20.00	Noticias Monumental	0,19 %	Noticias Monumental	0,15 %	Disminuyó

20.00 a 20.30	Hablemos del Deporte	0,18 %	Hablemos del Deporte	0,03 %	Disminuyó
20.30 a 21.00	Hablemos del Deporte	0,19 %	Hablemos del Deporte	0,03 %	Disminuyó
21.00 a 21.30	Hablemos del Deporte	0,30 %	Hablemos del Deporte	0,07 %	Disminuyó
21.30 a 22.00	La hora que ortiga	0,42 %	(ya no se transmite)	0,07 %	Disminuyó
22.00 a 22.30	La hora que ortiga	0,23 %	(ya no se transmite)	0,04 %	Disminuyó
22.30 a 23.00	La hora que ortiga	0,51 %	(ya no se transmite)	0,01 %	Disminuyó

Nota: Elaboración propia en base al EGM Acumulada del 2014 y 2017 de IPSOS.

Apéndice J

Tabla 21: Rating de los programas de Radio Columbia. EGM Acumulada 2017

Total - 2,508,625 / 10,231 (Costa Rica 4° Acum. 2017)	
Casos: Ponderado	
Fecha: 2018/07/13 14:05	
Copyright © IPSOS MediaCT 2018 - POPPY	
Indicador : Universo	
Modalidad en fila : 98.7 FM - Columbia	
Modalidades	Total
Total	2 508 625
04.00 a 04.30	593
04.30 a 05.00	1 365
05.00 a 05.30	4 311
05.30 a 06.00	8 845
06.00 a 06.30	14 712
06.30 a 07.00	15 996
07.00 a 07.30	20 568
07.30 a 08.00	19 970
08.00 a 08.30	21 483
08.30 a 09.00	22 232
09.00 a 09.30	24 115
09.30 a 10.00	20 091
10.00 a 10.30	17 185
10.30 a 11.00	16 834
11.00 a 11.30	15 696
11.30 a 12.00	15 490
12.00 a 12.30	21 575
12.30 a 13.00	24 500
13.00 a 13.30	23 522
13.30 a 14.00	22 236
14.00 a 14.30	16 621
14.30 a 15.00	16 525
15.00 a 15.30	15 603
15.30 a 16.00	16 002
16.00 a 16.30	15 253
16.30 a 17.00	14 304
17.00 a 17.30	15 154
17.30 a 18.00	13 891
18.00 a 18.30	12 668

18.30 a 19.00	12 664
19.00 a 19.30	7 362
19.30 a 20.00	6 622
20.00 a 20.30	7 729
20.30 a 21.00	6 839
21.00 a 21.30	3 765
21.30 a 22.00	2 436
22.00 a 22.30	2 089
22.30 a 23.00	2 031
23.00 a 23.30	360
23.30 a 24.00	360
24.00 a 24.30	360
24.30 a 01.00	360
01.00 a 01.30	360
01.30 a 02.00	360
02.00 a 02.30	184
02.30 a 03.00	184
03.00 a 03.30	184
03.30 a 04.00	184

Nota: IPSOS 2017

Apéndice K

Comparativa de audiencias de Monumental y Columbia 2017

Franja	Monumental	Columbia
04.00 a 04.30	0,01 %	0,02%
04.30 a 05.00	0,02 %	0,05%
05.00 a 05.30	0,10 %	0,17%
05.30 a 06.00	0,15 %	0,35%
06.00 a 06.30	0,49 %	0,59%
06.30 a 07.00	0,52 %	0,64%
07.00 a 07.30	0,71 %	0,82%
07.30 a 08.00	0,57 %	0,80%
08.00 a 08.30	0,61 %	0,86%
08.30 a 09.00	0,62 %	0,89%
09.00 a 09.30	0,74 %	0,96%
09.30 a 10.00	0,72 %	0,80%
10.00 a 10.30	0,78 %	0,69%
10.30 a 11.00	0,71 %	0,67%
11.00 a 11.30	0,52 %	0,63%
11.30 a 12.00	0,50 %	0,62%
12.00 a 12.30	0,34 %	0,86%
12.30 a 13.00	0,43 %	0,98%
13.00 a 13.30	0,36 %	0,94%
13.30 a 14.00	0,32 %	0,89%
14.00 a 14.30	0,26 %	0,66%
14.30 a 15.00	0,24 %	0,66%
15.00 a 15.30	0,35 %	0,62%
15.30 a 16.00	0,40 %	0,64%
16.00 a 16.30	0,34 %	0,61%
16.30 a 17.00	0,29 %	0,57%
17.00 a 17.30	0,31 %	0,60%
17.30 a 18.00	0,27 %	0,55%
18.00 a 18.30	0,25 %	0,50%
18.30 a 19.00	0,21 %	0,50%
19.00 a 19.30	0,14 %	0,29%
19.30 a 20.00	0,15 %	0,26%
20.00 a 20.30	0,03 %	0,31%
20.30 a 21.00	0,03 %	0,27%
21.00 a 21.30	0,07 %	0,15%
21.30 a 22.00	0,07 %	0,10%
22.00 a 22.30	0,04 %	0,08%
22.30 a 23.00	0,01 %	0,08%

23.00 a 23.30	0,01 %	0,01%
23.30 a 24.00	0,01 %	0,01%
24.00 a 24.30	0,01 %	0,01%
24.30 a 01.00	0,01 %	0,01%
01.00 a 01.30	0,01 %	0,01%
01.30 a 02.00	0,01 %	0,01%
02.00 a 02.30	0,00 %	0,01%
02.30 a 03.00	0,00 %	0,01%
03.00 a 03.30	0,00 %	0,01%
03.30 a 04.00	0,00 %	0,01 %

Nota: Elaboración propia con base en el EGM Acumulada IPSOS 2017

Apéndice L

Análisis del programa Acontecer Agropecuario 2014

Nombre Programa: Acontecer Agropecuario Presentadora: Periodista Karen Dondi Formato: Radios Revista Horario: 5:30 am Día 10-01-2014				
Contenido	Fuentes	Opinión	Entrevista	Tiempo
Introducción: Oración	No se utilizó	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna	1 min
Tema: Definidos cuatro productos con valor agregado de producción de tomate	Mencionó a Laura Brenes peralta y Marianela Gamboa Murillo, Investigadoras de la Escuela de Ingeniera Agropecuaria del Instituto Tecnológico de Costa Rica.	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna	2min 20seg
Sección Buzón del agricultor Miguel Sanabria González, Llano grande de Cartago.	Mencionó que la información fue obtenida por Miguel Sanabria González.	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna	1min 30 seg
Programación Musical Quinito – Cachamba	No mencionó ninguna fuente	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna	5 min 10 seg
Sección Las Voces del Sector:	Luis Dobles Ramírez, Presidente de Incopesca	No se realizó comentario de opinión	Entrevista grabada con Luis Dobles Ramírez, Presidente de Incopesca	7 min 50 seg
Sección Rapiditas informativas: Rusia suspende importación de carne en Paraguay Aumento de exportaciones de carne a Venezuela	Se mencionó a la Asociación de Industria Transportadora de carne brindando cifras.	No realizó ninguna	No realizó ninguna	1 min, 30 seg
Sección Análisis del mercado Importaciones de Plátano a Estados	No menciona ninguna fuente oficial.	No se realizó ningún comentario de opinión.	No realizó ninguna	2 min

Unidos.				
Producto del día: El rábano grande	No menciona de donde se utilizó la información	No se realizó ningún comentario de opinión.	No realizó ninguna	30 seg

Nota: Elaboración propia con base en audio Acontecer Agropecuario 2014

Apéndice M

Análisis del programa Acontecer Agropecuario 2017

Nombre Programa: Acontecer Agropecuario Presentadora: Periodista Karen Dondi Formato: Radios Revista Horario: 5:30 am Día 2017-03-09				
Contenido	Fuentes	Opinión	Entrevista	Tiempo
Tema: El consejo Nacional de Producción vendió 14 mil kilogramos de semillas certificada de cultivo comercial	Mencionó a Francisco Cedó Coordinador de Reproducción de semilla del CNP sobre el aumento de semillas certificada de cultivo comercial	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna	2min 10seg
Sección Buzón del agricultor La seguridad alimentaria futura del mundo pelagra debido a múltiples desafíos	Mencionó un documento publicado por la FAO, llamado: El futuro de la alimentación y la agricultura, tendencias y desafíos.	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna	2min:15seg
Programación Musical	No mencionó ninguna fuente	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna	4 min 40 seg
Sección Las Voces del Sector:	INTA: Instituto Nacional de Innovación y Transferencia en Tecnología Agropecuaria	No se realizó comentario de opinión	Entrevista grabada a Ing William Sánchez del INTA	8 min
Sección Rapiditas informativas: Cajetas, mermeladas y chileras.	Se mencionó a la emprendedora Ivania Solis, quien vende cajetas, mermeladas y chileras.	Si se realizó un comentario sobre emprendedurismo	No realizó ninguna	1 min, 30 seg
Sección El despertador:	No es necesario utilizar	No es necesario utilizar	No es necesario utilizar	5 seg
Sección Análisis del mercado La comercialización del Pepino	Se utilizó información sobre el pepino del Consejo Nacional de Producción (CNP)	No se realizó ningún comentario de opinión.	No realizó ninguna	1 min 30 seg
Producto del día: La piña de primera.	No menciona de donde se utilizó la información	No se realizó ningún comentario de opinión.	No realizó ninguna	30 seg

Nota: Elaboración propia con base en audio Acontecer Agropecuario 2017

Apéndice N

Análisis del programa Noticias Monumental I 2014

Nombre Programa: Noticias Monumental I Emisión Presentadora: Randall Rivera, Laura Ávila Formato: Noticiero Horario: 5:30 am a 7:00am Día: 2014-06-26				
Contenido	Fuentes	Opinión	Entrevista	Tiempo
Introducción: Saludos	Menciona condiciones del clima según el Instituto Meteorológico de Costa Rica.	Se realizaron comentarios personales sobre clima	No realizó ninguna	2 min
Lectura de titulares con extracto de declaraciones en cada una.	No se menciona ninguno de manera oficial	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna	3 min
Nota 1: Decomisan 101 huevos carey en Limón.	Biólogo de la estación de Guardacostas en Limón, Mauricio Vargas explica la temporada de huevo 1)Inserción de 15 segundos	No se realizó comentario de opinión.	No realizó ninguna entrevista.	1 min 20 seg
Nota 2: Congestionamiento vial en San Pedro por daño en calle por la crecida de río	Extracto grabado de declaración Cristian Vargas, Director ejecutivo de CONAVI 1)Inserción de 43 segundos	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna entrevista,	1 min 30 seg
Nota 3: Solo se han reparado 7 de los 121 proyectos aprobados por el Banco Interamericano de Desarrollo.	Presidenta Ejecutiva de la Unión de Gobiernos Locales, de Karen Porras sobre lo urgente que es utilicen 1)Inserción de 38 seg Se menciona a La Nación con la portada del día, sobre el desuso del 74% de los préstamos externos. William Alvarado, presidente de la comisión solicito al MOPT los detalles del proyecto. 2)Inserción de 38 seg	Randall realizó comentario de opinión sobre que es lamentable lo que sucede en el país.	No realizó ninguna entrevista	2 min 21 seg
Pronostico del tiempo	Reportes de la Cruz Roja Costarricense. Kattia Rodriguez, cruz Roja Costarricense de Limón 1)Inserción de 11 seg Instituto Meteorológico Nacional menciona el	No realizó ningún comentario de opinión.	No realizó ninguna	2 min 30 seg

	pronóstico del clima.			
Nota 5: El comercio local presenta una aceleración.	Según informe de la Comisión Económica para América Latina Ministro de Comercio Exterior, Alexander Mora sobre crecimiento de comercio y lo que presenta para la economía. 1)Inserción de 55 seg	El final Randall hace un comentario sobre la unidad de capacidad TEUS y que no es “usted” utilizando la frase que el: “no se volvió un pachuco”	No realizó ninguna entrevista	2 min 55 seg
Nota 6: Familia de Dota rompe record de mejor precio promedio de café en los últimos 7 años en el concurso, Taza de la Excelencia 2014	Directora ejecutiva de la Asociación de café finos, Noelia Villalobos, menciona fases del concurso. 1)Inserción de 58 seg 2)Inserción de 36 seg Josué Navarro, hijo del ganador de la familia ganadora, menciona el triunfo de Costa Rica 3)Inserción de 48 seg	Randall menciona que conoce a Josué Navarro desde hace muchos años y que le alegra este record.	No realizó ninguna entrevista.	4 min 5 seg
Se vuelve a repetir saludos a las personas oyentes y quienes se conectan a canal 2 Vuelven a pasar titulares para radio y tv Vuelven a mencionar pronóstico del clima.	No se menciona ninguno de manera oficial	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna	2 min 30 seg
Nota 7: Sala IV admite acción de institucional contra el nombramiento del obispo luterano Melvin Jiménez como Ministro del Presidencia.	Mencionan fuentes documentales: Artículo 142 de la Carta Magna, donde explica los requisitos para aplicar a puesto político. Acta 95 de la Asamblea Constituyente, menciona que	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna	3 min 14 seg

	la palabra “seglar” no es solo para la religión católica. Declaraciones de Álvaro Orozco. Jurista, quien presento esta acción de inconstitucionalidad 1)Inserción de 45 seg			
Nota 8: Presidente Luis Guillermo Solís cerró la posibilidad de reducir el impuesto de los combustibles para bajar el precio	Informe de Denis Meléndez, Regulador General dio alternativas a presidencia para reducir el costo. Extracto de declaraciones del Presidente Luis Guillermo Solís sobre la no reducción de los impuestos a combustibles ya que aumentaría el Déficit Fiscal. 1)Inserción de 34 seg Mencionan datos de la ARESEP sobre los precios de los combustibles Declaraciones de Otto Guevara con recomendaciones a presidencia haciendo recorte público, entre otras. 2)Inserción de 45 seg	Laura y Randall concuerdan en que las condiciones en el transporte público en CR son “malas” en comparación otros países.	No realizó ninguna entrevista.	4 min 50 seg
Nota 9: Gobierno defiende la pensión millonaria de la Ministra de Educación, Sonia Marta Mora con 6.1 millones de colones	Menciona al Ministro de Hacienda Helio Fallas de donde brindan información sobre que dicho ministerio investiga a 1745 jubilados con pensiones millonarias Declaraciones del Ministro de la Presidencia, Melvin Jiménez de donde justifican que la Ministra solo recibe 3.2 Millones 1)Inserción de 46 seg Mencionan que según el certificado de la Junta de Pensiones y Jubilaciones del Magisterio Nacional respalda que la Ministra recibió 3.2 millones tras las	Si realizan un comentario tras mencionar que el certificado de la Junta de Pensiones y Jubilaciones del Magisterio Nacional deduciendo de manera personal que “entonces, es más alto, gana más” y cuando mencionan que la Ministra renunció al salario para	No realizó ninguna.	7 min

	deducciones. Declaraciones de Otto Guevara, Partido Movimiento Libertario, ante pensión millonaria de la Ministra 2) Inserción de 34 seg Declaraciones de Gerardo Vargas de Frente Amplio, ante investigación de este caso. 3) Inserción de 33 seg Declaraciones de Luis Vázquez, de Partido Unidad Social cristiano menciona que hay doble discurso por parte del gobierno. 4) Inserción de 29 seg	seguir con la pensión Randall dice: “Como no, con esta pensión”		
Nota 10: Aumento salarial del 1.33% presentado por el sector empresarial	Declaraciones de Ofelia Taitelbaum, de la Defensoría de los habitantes. 1) Inserción de 35 seg 2) Inserción de 24 seg	No realizó ninguna opinión.	No realizó ninguna.	3 min
Redes mundialistas: Posteos de los seleccionados nacionales antes de participar a los octavos de final. Campbell Tejeda Borges	Se mencionan los posteos que hacen los jugadores desde sus redes sociales.	Mencionan su admiración a Joel Campbell, Tejeda.	No realizó ninguna	3 min 31 seg
Nota 11: Reportaje especial del quinto aniversario luctuoso de Michael Jackson	No se menciona ninguno de manera oficial	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna	5 min 30 seg
Nota 12: Construcción de circunvalación norte	Declaraciones de Christian Vargas, Director del Consejo Nacional de Viabilidad, CONAVI sobre el arco norte y expropiaciones.	No se realizó comentario		2 min

	1)Inserción de 49 seg 2)Inserción de 30 seg			
Nota 13: Procter and Gamble contratará 300 personas por ampliaciones de operaciones.	Declaraciones de Presidente de la República Luis Guillermo Solís sobre nuevos empleos 1)Inserción de 39 seg Declaraciones de Alexander Mora Ministro de Comercio Exterior sobre beneficios que da Costa Rica a Multinacional 2)Inserción de 32 seg Declaraciones de Presidente de la Coalición de Iniciativas para el Desarrollo CINDE, José 3)Inserción de 26 seg	No realizó ninguna	No realizó ninguna	3 min 45 seg
Sección vivir bien de BN Vital	No se menciona ninguno de manera oficial	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna	1 min 30 seg
Micro deportivo con Juan Robles Arce	Declaraciones de Yeltsin Tejeda ante el próximo juego con Grecia 1)Inserción de 25 seg Transmisión en vivo desde Brasil en el estadio de Santos donde jugará la Selección Nacional y comentan situación de seguridad y ambiente durante el entrenamiento de la Selección Nacional. 2)Inserción de 2 min 55 seg		Al final de la transmisión con los periodistas de Deportes de Radio Monumental en Brasil, Randall realizó varias preguntas sobre Joel Cambell.	8 min 33 seg
Internacionales Infanta Cristiana de Borbón y su esposo es imputada por lavado de dinero y corrupción	No se menciona ninguno de manera oficial	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna	2 min
Cierre	No se menciona ninguno de manera oficial	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna	25 seg

Nota: Elaboración propia con base en audio Noticias Monumental 2014.

Apéndice Ñ

Análisis programa Noticias Monumental I 2017

Nombre Programa: Noticias Monumental I Emisión Presentadora: Randall Rivera, Febe Cruz Formato: Noticiero Horario: 5:30 am a 7:00am Día: 2017-06-02				
Contenido	Fuentes	Opinión	Entrevista	Tiempo
Introducción: Saludos	No mencionó ninguna	Se realizaron comentarios personales sobre clima	No realizó ninguna	2 min
Lectura de titulares	No mencionó ninguna	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna	45 seg
Nota 1: Aumento de casos de virus de diarrea y respiratorios.	Especialista Melissa Ramírez del Ministerio de Salud, brindó información sobre cifras de afectados, medidas correspondientes 1)Inserción de 30 segundos 2)Inserción de 10 segundos	No se realizó comentario de opinión sobre el virus.	No realizó ninguna entrevista.	2 min
Nota 2: Pico de virus respiratorio en el Hospital de Niños.	Carlos Jiménez, Director Interino del Hospital Nacional de Niños sobre la proyección de situación en niños y recomendaciones, así como cifras de niños afectados. 1)Inserción de 50 segundos 2)Inserción de 45 segundos	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna entrevista,	2 min 40 seg
Nota 3: Plan de gobierno para abaratar tarifas eléctricas de familias en condición de pobreza.	Erick Ulate Presidente de Consumidores de Costa Rica 1)Inserción de 45 seg 2)Inserción de 40 seg	No realizó ningún comentario de opinión.	No realizó ninguna entrevista	3 min
Nota 4: Impacto de la estación lluviosa y otras medidas preventivas dan como resultado un descenso del 10 por ciento de incendios forestales.	Se indica que las cifras mencionadas son brindadas por el Sistema nacional de Áreas de Conservación. Luis Fernando Salas, Director de Operaciones del cuerpo de Bomberos brinda información sobre prevenciones 1)Inserción de 30 seg 2)Inserción de 32 seg	No realizó ningún comentario de opinión.	No realizó ninguna	2 min 30 seg

Nota 5: Eclipse Parcial 21 de agosto. Observación: *Se utiliza la canción “Eclipse total del amor” de fondo durante un minuto, después cambia.	Directora de la Fundación Científica (Cientec), Alejandra León explica fenómeno 1) Inserción de 30 seg Erick Sánchez, Instructor del planetario de la UCR 2) Inserción de 28 seg	No realizó ningún comentario de opinión.	No realizó ninguna entrevista	3 min
Internacionales: Gobierno de EU prohíbe viajar a su población a Corea del Norte	Se menciona una notificación del Departamento de Estado de los Estados Unidos al registro General con especificaciones para poder viajar a este país. Extracto de información de Luis Alberto Facal, analista político desde Washington y extracto de discurso de Donald Trump, presidente de EU de 1 min.	Se comenta pero no se opina. Se hace comentarios sobre situación familiar en <u>EU</u> que se expone en una serie llamada “House of cards”	No realizó ninguna	4 min
Pronóstico del tiempo:	Gabriela Chinchilla del Instituto Meteorológico Nacional menciona el pronóstico del clima. 1) Inserción de 1 min	Febe menciona su gusto por la lluvia.	No realizó ninguna.	1 min 30 seg
Tipo de cambio: Aumento del dólar en 2 colones	No se menciona ninguna fuente	Febe se lamenta sobre el aumento del dólar con la frase: “no puede ser”	No realizó ninguna	1 min
Redes sociales: Lectura de comentarios de radioescuchas. *Observación: Música de fondo de Carlos Vives - Cuando nos volvamos a encontrar. Música de fondo de Shakira – Me enamoré. Música de fondo	No se menciona ninguna fuente	Comentarios personales por parte de Randall sobre su gripe, además menciona su gusto por Shakira. Febe y Randall mencionan sus recuerdos sobre el Kinder.	No realizó ninguna entrevista.	13 min

de Maluma ft Shakira – Chantaje. Música de fondo de Enanitos Verdes – Mi primer día sin ti. Música de fondo de Carlos Vives – La gota fría.				
Elegir Canción: Depeche Mode - Personal Jesus o Metalica – Nothing else matter. Se reciben llamadas para elegir la canción y hacer reporte.	No se menciona ninguna fuente	Si se realizaron opiniones personales sobre gustos musicales.	No realizó ninguna.	9 min
Música Depeche Mode - Personal Jesus	No mencionó ninguna	No realizó ninguna	No realizó ninguna	3 min 30 seg
Nota 6: Reunión del Presidente Luis Guillermo Solís con los taxistas.	Gilbert Ureña, Representante del Foro Nacional de Taxis, comenta la satisfacción del gremio tras respuesta a sus propuestas por parte del Presidente de la República a pesar no proceder con una demanda contra Uber.	No realizó ninguna opinión.	Entrevista en vivo a Gilbert Ureña, Representante del Foro Nacional de Taxis	12 min 30 seg
Nota 7: Decreto presentado por el Presidente de la Republica ante el déficit Fiscal.	Extracto de declaraciones de Antonio Álvarez Desanti, Candidato Presidencial de Liberación nacional, duración de 55 seg. Critica negativamente acciones del presidente. Extracto de declaraciones de Edgardo Araya, candidato Presidencial de Frente Amplio, duración de 45 seg. Critica negativamente acciones del presidente. Extracto de declaraciones de Franco Arturo Pacheco, Presidente de la Unión de Cámaras durante 47 seg.	Febe menciona que todos los costarricenses deberían criticar estas acciones.	No realizó ninguna	7 min

	Critica negativamente acciones del presidente. Declaraciones de Representante Sindical, Albino Vargas, preocupado por recortes a trabajadores, durante 1 min			
Estado del tránsito: Descripción vial con avisos importantes como choques y restricción vehicular.		Comentarios personales sobre la necesidad de una nueva computadora por parte de Febe, también invitación a almorzar y sobre pagos de la quincena.		4 min 30 seg
Música: Carlos Vives – La gota fría.	No mencionó ninguna	No realizó ninguna	No realizó ninguna	1 min
Nota 8: Juego entre Liga Deportiva Alajuelense ante Olimpia Neymar el traspaso más caro de la historia.	Alex Masón comenta situación de la LDA de cara al juego de vuelta y el traspaso de Neymar al Paris Saint Germain. Extracto de las declaraciones de Pablo Gabas, Capitán del LDA durante 45 seg	No realizó ninguna	No realizó ninguna	3 min 20 seg
Cierre		Comentarios de Randall sobre querer hacer ejercicio y nadar.		1 min 30 seg

Nota: Elaboración propia con base en audio Noticias Monumental 2017.

Apéndice O

Análisis programa Nuestra Voz 2014

Nombre Programa: Nuestra Voz Presentadora: Amelia Rueda Formato: Informativo, opinión y entrevista Horario: 7:00 a 9:00 am Día: 2014-04-04				
Contenido	Fuentes	Opinión	Entrevista	Tiempo
Opinión 1: Edgar Ayales no se quedó callado ante los impuestos impuestos por el nuevo gobierno (Luis Guillermo Solís) Riegos en la ruta 27 con caída de taludes. Segunda Ronda presidencial.	No mencionó ninguna fuente oficial. Mencionaron datos de Roy Barrantes de El Laboratorio Nacional de Materiales y Modelos Estructurales (LANAMME) que eso es responsabilidad del Conavi y no de la concesionaria.	Amelia y Randall apoyan recomendaciones de Edgar Ayales Amelia menciona una opinión de juicio con respecto a que la ruta 27 debería ser también responsabilidad de la concesionaria. Doña Amelia invita a la población a votar y compromete a los medios a que es responsabilidad de ellos.	No realizó ninguna entrevista.	9 min 34 seg
Nota 1: Ruta San Ramón – San José Ruta 27 en pésimo estado con alta peligrosidad.	Pol Brenes, principal negociador del proyecto para ampliar la ruta San José-San Ramón menciona los avances de dicha ruta y el costo del peaje. Menciona que los Técnicos de la UCR son quienes informaron las malas condiciones de la carretera.	No se realizó comentario de opinión Amelia exige que se cierre la carretera para reparaciones. “Qué se arreglé o se cierre”	Realizó varias preguntas a la fuente sobre la Ruta San Ramón – San José vía telefónica.	12 min

Nota 2: Gobierno digital, firma digital.	Alicia Avendaño de Gobierno Digital menciona beneficios y cercanía de la utilización de la firma digital.	Se realizó comentario de opinión sobre lo necesario del gobierno digital.	Realizó entrevista a Alicia Avendaño de Gobierno Digital vía telefónica.	8 min 40 min
Nota 3: Ministro de Hacienda menciona agregar tributos adicionales a impuestos.	Alan Saborío, Socio Director de Deloitte, especialista en impuestos opina sobre los impuestos que Haciendas pretende aumentar.	Se realizaron lecturas de opinión de radioescuchas	Realizó entrevista a Alan Saborío, Socio Director de Deloitte vía telefónica al que realizó varias preguntas sobre impuestos.	14 min 20 seg
Nota 4: Propuesta de 1000 empresa por cantón consumidores de energía solar	Natalia Alvarado, presidenta de Asociación Costarricense de Energía Solar (presente en cabina) Berhan Josh asesor en eficiencia energética y energía renovable (presente en cabina) Francisco Gómez de Compañía de Fuerza y luz. (Vía telefónica) Adolfo Lobo Consultor (Vía telefónica) Guillermo Murillo Campos, Gerente Financiero de Faryvet José Francisco Chacón, Gerente de Super Veterinaria. Rudy Barrantes, Director de la Sociedad Educativa Palmareña S.A.	A lo largo de las 7 entrevistas Amelia realizó comentarios a favor de la utilización de energía solar e invita a más personas y empresas a la utilización.	Realizó entrevista a sobre el Natalia Alvarado, "Neteo" para clientes que tienen paneles solares. Entrevista a Francisco Gómez sobre participación de Compañía de Fuerza y luz en el "neteo" y la importancia a nivel país, vía telefónica. Entrevista a Adolfo Lobo sobre el no uso de combustibles fósiles, vía telefónica. Entrevista a Berhan Josh sobre utilización de energía solar. Entrevista a Guillermo Murillo Campos, de FARIVET quienes se suman al proyecto de empresas que generan energía propia, vía telefónica. Entrevista a José Francisco Chacón, menciona que la	36 min

			empresa tomó conciencia y tomaron la opción de energía solar, vía telefónica. Entrevista a Rudy Barrantes, menciona que analizan préstamos bancarios para iniciar cambio a energía solar, vía telefónica.	
Nota 5: Grupo Rialengo y participación en el Festival Internacional de Arte. Presentación de canciones “Siembra” y “Tenías que ser mujer” Programación de la canción: Fin del mundo – Rialengo.	Francisco Murillo cantante de cumbia del grupo Rialengo.	Amelia realiza comentarios de opinión mencionando su gusto por la música de Rialengo	Formuló preguntas a la fuente sobre nuevo proyecto.	25 min

Nota: Elaboración propia con base en audio Nuestra Voz 2014

Apéndice P

Análisis programa Nuestra Voz 2017

Nombre Programa: Nuestra Voz Presentadora: Amelia Rueda Formato: Informativo, opinión y entrevista Horario: 7:00 a 9:00 am Día: 2017-04-18				
Contenido	Fuentes	Opinión	Entrevista	Tiempo
Opinión 1: PAC apoya a Ottón Solís para la presidencia de la Asamblea Legislativa	No mencionó ninguna	Apoya a la elección de Ottón Solís para presidente de la Asamblea Legislativa.	No realizó ninguna	1 min
Nota 1: Actividad de volcanes Poás y Turrialba	Eliecer Duarte Observatorio Vulcanológico y Sismológico de Costa Rica brindó información sobre dichos volcanes.	No se realizó comentario de opinión	Realizó varias preguntas a la fuente sobre la actividad volcánica.	9 min 10 seg
Comentario personal: fallecimiento de conocidos de doña Amelia	No mencionó ninguna fuente	Comentario personal sobre fallecimiento de conocidos personales.	No realizó ninguna	4 min 50 seg
Nota 2: Datos falsos en licitación carretera Moín	1)Carlos Villalta, Ministro del MOPT brindó información sobre los datos falsos a licitación de carretera de Moín 2)Liberación Nacional, partido que dio datos económicos sobre dicha licitación	No se realizó comentario de opinión	Realizó entrevista en vivo a la fuente Carlos Villalta, Ministro del MOPT sobre el por qué a conciencia se dieron datos incorrectos en la licitación	21 min
Nota 3: Resumen de la reunión de Asamblea Legislativa con Presidencia.	A cada uno de las fuentes se les solicitó dar sus opiniones y posición ante la reunión con Presidencia. 1)Edgardo Araya, Jefe de fracción de Frente Amplio. 2)Maureen Clarke, Jefa de fracción de	Se realizaron lecturas de opinión de radioescuchas	A cada una de las fuentes se les realizaron diferentes preguntas sobre la posición de su partido político ante la reunión con Presidencia	33 min 30 seg

	Liberación Nacional. 3) Otto Guevara, Jefe de Fracción de Movimiento Libertario. 4) Javier Cambroner, Jefe de fracción del Partido Acción Ciudadana 4) Guillermo Araya, 5) Luis Paulino Mora, Viceministro de presidencia			
Nota 4 y 5: Guerra Termonuclear de Corea del Norte / Situación Venezolana	Francisco Barahona, Analista Político Brindó información sobre Corea del Norte y Venezuela.	Realizó algunos comentarios de opinión sobre la situación de Venezuela.	Realizó preguntas puntuales a la fuente sobre la situación de Corea del Norte y la posible tercera guerra mundial y la situación venezolana.	13 min 15 seg
Nota 6: Turismo europeo en Costa Rica	Gustavo Araya, Presidente Cámara Nacional de Turismo y Cámara Hotelera brindó información sobre apertura de línea aérea directa de KLM entre Costa Rica y Holanda.	No realizó comentarios de opinión.	Formuló preguntas a la fuente sobre nuevo turismo europeo en Costa Rica	9 min

Nota: Elaboración propia con base en audio Nuestra Voz 2017

Apéndice Q

Análisis programa 120 Minutos 2014

Nombre Programa: 120 Minutos Presentador: Daniel Martínez, Rodolfo Mora, Pablo Guzmán y Harrick Mclean Formato: Opinión especializada en deporte Horario: 9:00 a 11:00 am Día: 10-11-2014				
Contenido	Fuentes	Opinión	Entrevista	Tiempo
Introducción: Iniciativa de recoger regalos de Central de Radios para niños de Upala.	No se mencionó ninguna.	Se le invitó a los radioescuchas a participar y ayudar.	No realizó ninguna	6 min 30
Nota 1: Clásico entre Saprissa y la Liga Deportiva Alajuelense.	Declaraciones grabadas de Oscar Ramírez ante el juego con Saprissa. Inserción de 30 seg	Se realizaron comentarios de opinión ante declaraciones de Oscar Ramírez y como no hizo una estrategia de ataque en su propia casa. Lectura de comentarios por redes sociales de radioescuchas. Se reciben llamadas de radioescuchas quienes opinan sobre el clásico.	No realizó ninguna entrevista programada.	21 min 5 seg
Nota 2: Resultados de la jornada: -Heredia 3 – Limón 0 -Gane de Cartago y declaraciones de técnico Claudio Ciccía	Mencionan palabras de Claudio Ciccía en conferencia de prensa sobre mal estado físico del equipo. Mencionan nota realizada por periodista Juan Robles a Carlos Hernández del As Puma sobre responsabilidades del equipo.	-Se realizan comentarios de opinión sobre el trabajo del Cartagines y Claudia Ciccía. -La mala estrategia de As Puma por no sacar un gane. - Comentarios a favor de Saprissa ante el próximo juego contra Cartago.	No realizó ninguna entrevista.	6 min 30 seg
Micro informativo: Noticias Monumental con Randall Rivera -Marchamo al	Mencionan discurso de José María Figueres y su comentario ante no ganar su elección aunque su padre resucitara (refiriéndose a José	Randall antes de iniciar el micro comenta su “sufrimiento” por pérdidas de Cartago.	No realizó ninguna	6 min 33 seg

cobro -bajo alerta ante Volcán Turrialba. -490 millones de colones facturó Liberación Nacional.	Figueroes Ferrer) Mencionan palabras de Johnny Araya ante no descartar su regreso a la Alcaldía.			
Nota 3: Heredia en tercer lugar	No se hace mención de ninguna fuente oficial.	Hacen comentarios de opinión con la frase: “en lo personal creo que es muy difícil que le quiten el primer lugar a Alajuelense” Se hacen más comentarios de opinión personal ante juegos. Se realizan llamadas de opinión de los radioescuchas.	No se realizan entrevistas.	16 min 35 seg
Nota 4: Costa Rica ante Uruguay. Lectura de lista de convocados	No se menciona fuente oficial o de dónde obtienen los datos. Rafael Palma de la Comisiones de Selecciones Nacionales, vía telefónica sobre juego amistoso Costa Rica vs Uruguay. Inserción 5 min 30 seg	Mencionan los comentaristas lo difícil de ganar dicho partido ante Uruguay, además del error de aceptar ese juego y no otros amistosos europeos.	Entrevista a Rafael Palma de la Comisiones de Selecciones Nacionales explica el por qué se eligió el fogueo ante Uruguay, se le realizan varias preguntas.	19 min
Cierre Segunda ronda de la Liga de Ascenso.	No se mencionó ninguna	No realizó ninguna	No realizó ninguna	1 min 40 seg

Nota: Elaboración propia con base en audio 120 Minutos 2017

Apéndice R

Análisis programa 120 Minutos 2014

Nombre Programa: 120 Minutos Presentador: Daniel Martínez, Rodolfo Mora y Pablo Guzmán. Formato: Opinión especializada en deporte Horario: 9:00 a 11:00 am Día: 10-2-2017				
Contenido	Fuentes	Opinión	Entrevista	Tiempo
Introducción: Presentan los temas que se abordarán durante el programa.	No mencionó ninguna fuente	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna	2 min 30 min
Nota 1: Primer Bloque Reunión de Junta directiva del Cartaginés ante derrota con el Saprissa. Convocados para el Premundial de la Sub20	No se menciona ninguna fuente oficial. Mencionan palabras de Marcelo Herrera "Popeye" pero en forma de comentario, pero no indican cuando lo dijo o donde lo dijo.	Se realizaron comentarios de opinión por parte de los presentadores sobre desempeño de jugadores nacionales y también comentan las estrategias del Director Técnico de la Sub 20	No realizó ninguna entrevista programada.	18 min 15 seg
Segundo Bloque Jerson Torres no es convocado a la Sub 20	Padre de Jerson Torres llama a cabina Intervención de 4 min 55 seg	Comentarios sobre Jerson Torres el cual no es convocado a la Selección Sub 20 Se reciben llamadas de radioescuchas quienes opinan sobre los temas, entre esas llamadas José Torres, padre de Gerson Torres opina sobre su hijo.	El padre de Jerson Torres, José Torres, llamó para contar situación de su hijo, los comentaristas hacen preguntas a Don José, volviéndose una entrevista no programada.	19 min
Nota 2: Primer bloque	No se mencionó	Se realizan comentarios de	No realizó	25 min

Opiniones sobre marcador Cartago 0 - Herediano 3	ninguna fuente oficial.	opinión sobre el trabajo del Cartaginés, sus derrotas anteriores, estrategia de Javier Delgado.	ninguna entrevista.	25 seg
Segundo bloque	Luis Fernando Vargas, presidente del Club Sport Cartaginés durante 14 min	Opinión de los radioescuchas sobre situación de Cartago	Luis Fernando Vargas, presidente del Club Sport Cartaginés	10 min
Nota 3: Deportiva Saprissa se queda sin delanteros. -Rolando Blackburn -Álvaro Saborío	Lectura de una publicación del Deportivo Saprissa en sus redes Sociales, ahí se explica la salida de panameño, Rolando Blackburn.	Se realizaron comentarios de opinión por parte de los presentadores sobre desempeño de jugadores que abandonaron el Saprissa y los dos que les quedaba. Opinión de los radioescuchas sobre salida de jugadores del Saprissa.	No realizó ninguna	22 min
Cierre Repaso de próximos juegos de la jornada	No se mencionó ninguna	No realizó ninguna	No realizó ninguna	2 min

Nota: Elaboración propia con base en audio 120 Minutos 2017

Apéndice S

Análisis programa Noticias Monumental II 2014

Nombre Programa: Noticias Monumental II Emisión Presentadora: Randall Rivera, Febe Cruz Formato: Noticiero Horario: 12:00 am a 1 pm (cambio de horario por partido del Mundial) Día: 2014-06-14				
Contenido	Fuentes	Opinión	Entrevista	Tiempo
Introducción: Saludos y condiciones del clima	Menciona a el Instituto Meteorológico de Costa Rica.	No se realizaron comentarios.	No realizó ninguna	2 min
Lectura de titulares, acompañados por introducción de periodistas que ampliarán la información. Dos titulares incluían extracto de las declaraciones de la fuente.	No mencionó ninguna de manera oficial.	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna	2 min 45 seg
Nota1: Aresep responde al presidente Luis Guillermo Solís por que la gasolina no para de subir (de precio) Periodista: Alexander Rivera	Declaración de Denis Meléndez, Regulador General de la Autoridad Reguladora de los Servicios Públicos ARESEP que explica al Presidente de la República por qué la gasolina no deja de subir. 1) Inserción de 27 segundos Se menciona un Informe enviado por Meléndez, al Presidente de la República, advirtiéndole que con de quitar el impuesto el CONAVI quedaría desfinanciado.	Randall dice "Que Dios guarde" se quieten los impuestos por que con ese dinero se financian las reparaciones y mantenimiento de la infraestructura vial. Se reciben 5 llamadas de los radioescuchas opinando del tema.	No realizó ninguna entrevista.	12 min, 53 seg

	Declaraciones de Presidente de la República de Luis Guillermo Solís 2) Inserción de 33 segundos			
Nota 2: UNESCO acepto declarar patrimonio Nacional los sitios donde estén las esferas de piedra (Osa, Puntarenas). Periodista: Laura Ávila desde Museo Nacional	Se menciona la declaratoria de la UNESCO como Patrimonio Nacional 4 lugares arqueológicos de la cultura indígena costarricense. Declaraciones del Presidente de la República Luis Guillermo Solís sobre este como proteger e investigación del patrimonio. 1)Inserción de 53 segundos Ministra de Cultura, Elizabeth Fonseca, menciona la importancia cultural 2)Inserción de 1 min 22 segundos	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna	5 min
Nota 3: Ministro de Hacienda da la evaluación mensual de la situación fiscal del país. Periodista: Greivin Granados desde el Ministerio de Hacienda	Declaración de Helio Fallas, Ministro de Hacienda evaluación con el balance de la información financiera. 1)Inserción de 1 min 2)Inserción de 1 min 10 seg	No realizó ninguna	No realizó ninguna	5 min 48 seg
Nota 4: Segunda Reunión Bipartita después de la huelga de los Educadores Periodista: Karina Porras desde el	Declaración de Gilberto Cascante, Presidente de la Asociación Nacional de Educadores menciona el PN22, sistema encargado de mostrar a los educadores cual es su condición de nombramiento.	No realizó ninguna	No realizó ninguna	4 min

Ministerio de Educación pública.	1)Inserción de 46 min Declaraciones de Gilbert Díaz, presidente del Sindicato de Educadores Costarricense 2)Inserción de 40 seg			
Nota 5: Gordito Navideño Stefanía Colombari desde la Junta de Protección Social.	Declaraciones de Milton Vargas, Gerente General de la Junta de Protección Social, sobre premios del Gordito Navideño. 1)Inserción de 44 min Declaraciones del médico y Fiscal de la Asociación para la Detección y Prevención de Discapacidades en Niños, Rafael Trejos 2)Inserción de 40 min	No realizó ninguna	No realizó ninguna	2 min
Sección Vivir bien de BN Vital	No mencionó ninguna de manera oficial.	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna	2 min
Internacionales: Irak Uruguay	Menciona datos dados por el portavoz del ejercito Iraquí Qasem Ataa. Para la nota de Uruguay no se citó fuente.	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna	1 min
Micro deportivo con Joseph Fernández	Declaraciones de Jorge Luis Pinto Técnico de la Selección Nacional. 1)Inserción de 50 seg	No realizó ninguna opinión.	No realizó ninguna.	4 min 28 seg
Cierre	No se menciona ninguna fuente	No realizó ninguna opinión.	No realizó ninguna	1 min

Nota: Elaboración propia con base en audio Noticias Monumental II 2014

Apéndice T

Análisis programa Noticias Monumental II 2017

Nombre Programa: Noticias Monumental II Emisión 2017 Presentadora: Randall Rivera, Febe Cruz Formato: Noticiero Horario: 11:30 am a 1 pm Día: 2017-06-02				
Contenido	Fuentes	Opinión	Entrevista	Tiempo
Introducción: Saludos y condiciones del clima	Menciona a el Instituto Meteorológico de Costa Rica.	No se realizaron comentarios.	No realizó ninguna	2 min
Lectura de titulares,	No mencionó ninguna de manera oficial.	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna	2 min 45 seg
Nota1: Desde el Balcón verde Alvares de Santi recibe a José María Figueres.	Se menciona o se dan antecedentes de comentarios de Figueres.	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna entrevista.	12 min, 53 seg
Nota 2: ARESEP menciona impacto en alza del combustible para costear a trabajadores	1) Inserción de William Hernández, secretario Ajunto del sindicato de trabajadores a favor del alza. 40 seg 2)Inserción 40 seg	Febe hace énfasis sobre los impuestos que: “¡usted y yo pagamos!”	No realizó ninguna	5 min
Nota 3: Rodolfo Piza y Rafael Ortiz para salvar el Régimen IVM y tren eléctrico	Rafael Ortiz 1)Inserción de 30 seg Rodolfo Piza 2)Inserción de 45 seg Extracto del debate de ambos candidatos 30 seg	No realizó ninguna	No realizó ninguna	5 min 48 seg
Pronostico del tiempo	Daniel Poleo del Instituto Meteorológico de Costa Rica 1)Inserción de 30 seg 2) intervención 30 seg	No realizó ninguna	No realizó ninguna	2 min
Estado del Transito:	No realizó ninguna	Más presas más de las que nos esperan los viernes, además consejos para no usar el celular al volante.	No realizó ninguna	2 min

Música: Se programa una canción. Michel Teló - Ai Se Eu Te Pego	No realizó ninguna	Se realizó comentario de opinión sobre la canción ya se ha puesto en varias ocasiones con anterioridad.	No realizó ninguna	1 min
Nota 4: Último mes con cifra más baja de muertes en carretera.	Mario Calderón, Jefe de la Policía de Tránsito brindó información sobre cifras de muertes en carretera. 1) Inserción de 35 seg 2) Inserción de 45 seg	No realizó ninguna opinión.	No realizó ninguna.	2 min 40 seg
Nota 5: Presidente de la Republica no está conforme con decisión de la C.C.S.S. en aumento del aporte obrero de forma escalonada.	No se menciona ninguna fuente 1) Inserción de 42 seg 2) Inserción de 47 seg	Randall opinó de manera personal a mencionar que es una mala noticia.	No realizó ninguna	3 min 10 seg
Nota 6: Policías cuentan con 8 días de vacaciones adicionales al año.	Gustavo Mata, Ministro de Fuerza Pública explica que por el rol de la policía es necesario que tengan más días de vacaciones. 1) Inserción de 45 seg Xiomara Rojas, Secretaria General del Sindicato de Policías explica los derechos de los policías. 2) Inserción de 53 seg	No hacen comentarios de opinión pero cuando leen la nota en tono irónico dando a entender que no están de acuerdo.	No realizó ninguna	3 min 7 seg
Nota 7: Nuevas "raspaditas" salen a la venta	Delia Villalobos, Presidenta de la Junta de Protección Social brinda información sobre los nuevos juegos 1) Inserción de 36 seg 2) Inserción de 50 seg	No realizó ninguna opinión.	No realizó ninguna.	3 min

Promoción del día del padre: Un verso para papá	No mencionó ninguna	Se realizaron comentarios personales sobre experiencias con los padres. Se recibieron llamadas a concursar.	No realizó ninguna	12 min
Noticia de Último minuto: Universidad de Costa Rica se desliga del equipo de fútbol de la UCR	Solo se menciona que Henning Jensen, Rector de la UCR lo anunció.	No realizó ninguna opinión.	No realizó ninguna	1 min

Nota: Elaboración propia con base en audio Noticias Monumental II 2017

Apéndice U

Análisis programa Escenario Deportivo 2014

Nombre Programa: Escenario Deportivo Presentadores: Alex Masón, Hernán Morales, Guillermo Ulate, Fabio Escalante. Formato: Opinión especializada en deportes. Horario: 12:30 a 2:00 pm Día: 7-5-2014				
Contenido	Fuentes	Opinión	Entrevista	Tiempo
Tema del día: Ronald Gonzales: “Los penales son suerte o capacidad del portero”	No mencionan ninguna fuente oficial. Minor Díaz, vía telefónica y menciona que no es suerte, se practica. Erick Lonnis, vía telefónica y menciona que es habilidad.	Los comentaristas emiten opiniones sobre capacidad de los jugadores y porteros a la hora de los penales. Y mencionan que el comentario de González dice eso como excusa.	Se realizó ninguna entrevista a Minor Díaz, vía telefónica, quien menciona que es habilidad. Erick Lonnis, vía telefónica y menciona la existencia de las estadísticas como la técnica de “Quien patea primero” tiene un 55% de ganar.	45 min 20 seg
Sección: Compartiendo con ustedes en redes sociales	No se menciona ninguna fuente	Se da lectura a los comentarios de los radioescuchas por las redes sociales. Los presentadores realizaron comentarios de opinión sobre los penales.	No realizó ninguna entrevista.	9 min
Tema 2: Francisco Venegas dijo: “Walter Quesada es el árbitro de la prensa”	Se mencionó la declaración o frase de Francisco Venegas sobre Walter Quesada.	Los comentaristas realizaron juicios de opinión sobre que Walter Quesada es el árbitro mimado de la prensa ya sea que falle o acierte.	No realizó ninguna entrevista.	16 min
Cierre	No se citó ninguna fuente.	No se realizaron comentarios.	No realizó ninguna entrevista	1m

Nota: Elaboración propia con base en audio Escenario Deportivo 2014

Apéndice V

Análisis programa Escenario Deportivo 2017

Nombre Programa: Escenario Deportivo Presentadores: Hernán Morales, Guillermo Ulate, Daniel Martínez. Formato: Opinión especializada en deportes. Horario: 12:30 a 2:00 pm Día: 13-10-2017				
Contenido	Fuentes	Opinión	Entrevista	Tiempo
Tema 1: Situación nacional de La Selección ante la pérdida ante el juego con Panamá. Calendarios de juegos de la Selección de cara a la Copa del Mundo.	Extracto de la conferencia de prensa del Director técnico Oscar Ramírez ante juego con Panamá. 1) Inserción de 8 min	Los comentaristas emiten opiniones a favor y en contra sobre el rendimiento de la Selección Nacional durante la etapa de clasificación al Mundial de Rusia 2018.	No realizó ninguna entrevista.	38 min
Tema 2: Jornada 14 del 2017, Alajuela ante Carmelita. Rotación de jugadores de La Liga Deportiva Alajuelense.	Mencionan que Wilmer López anunció rotaciones y definir titulares en formación del equipo.	Los comentaristas opinaron sobre rotaciones y rendimiento de Wilmer López.	No realizó ninguna	17 min
Tema 3: Juego entre Saprissa y Cartago. Director técnico de Cartaginés, Javier Delgado. Situación de jugadores como: Jerry Bengtson Benson, David Ramírez, Kevin Briceño, Mariano Torres, Marvin Angulo y Geiner Mora.	No mencionó ninguna fuente en específico.	Los comentaristas realizaron juicios de opinión sobre derrotas anteriores de cartaginés. Comentarios sobre rendimiento de jugadores del Deportivo Saprissa y Cartago.	No realizó ninguna entrevista.	12 min

Nota: Elaboración propia con base en audio Escenario Deportivo 201

Apéndice W

Análisis programa Matices 2014

Nombre Programa: Matices Presentador: Randall Rivera Formato: Opinión e informativa Horario: 2:00 a 3:30 pm Día: 6 - 5 -14				
Contenido	Fuentes	Opinión	Entrevista	Tiempo
Tema: Importancia del Plan Nacional de Desarrollo entre el 2011 y 2014 Periodista: Randall Rivera Boceto: ¿Qué es Plan Nacional de Desarrollo?	Ministro de planificación Roberto Gallardo Ministra de planificación asignada Olga Marta Sánchez	Existen comentarios de opinión por parte de Randall con respecto al plan de desarrollo. Llamadas por parte de los radioescuchas sobre los principales objetivos que debería tener el gobierno de Luis Guillermo Solís.	La entrevista a las dos fuentes, se alternaron durante el programa quienes explicaron el plan actual y como el nuevo cargo de la Ministra pretende seguir con el plan.	1 hora 18 min

Nota: Elaboración propia con base en audio Matices 2014

Apéndice X

Análisis programa Matices 2017

Nombre Programa: Matices Presentador: Randall Rivera Formato: Opinión e informativa Horario: 2:00 a 3:30 pm Día: 09-11-2017				
Contenido	Fuentes	Opinión	Entrevista	Tiempo
Tema: Presidente de la República Luis Guillermo Solís, primera entrevista a Monumental después de la comparecencia ante la comisión legislativa de investigación sobre el caso del Cemento Chino, Juan Carlos Bolaños. Periodista: Randall Rivera	El expresidente de la república Luis Guillermo Solís es el invitado al programa.	Existen comentario de opinión por parte de Randall	La entrevista empezó al contrario de como se hace una entrevista periodística, iniciando con preguntas fuertes, puntuales hacia el presidente en el caso del Cemento Chino, Coopelesca, Plan Fiscal,	1 hora 5 min
Música: Ana Gabriel- Ay Amor.	No se utilizó ninguna	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna	2 min

Nota: Elaboración propia con base en audio Matices 2017

Apéndice Y

Análisis programa Así es la cosa 2014

Nombre Programa: Así es la cosa Presentador: Fernando Durán, Vladimir de la Cruz, Álvaro Fernández Formato: Tertulia y comentarios Horario: 3:30 pm a 4:00 pm Día: 2014-08-18				
Contenido	Fuentes	Opinión	Entrevista	Tiempo
Tema: El último miembro que permanecía vivo de la tripulación del Enola Gay, el avión estadounidense que soltó la bomba atómica en la ciudad japonesa de Hiroshima, Theodore Van Kirk	No mencionó ninguna fuente específica, solo menciona que lo vio en un periódico nacional.	Comentarios y tertulia por parte de los conductores durante todo el programa, los cuales dan datos e historias sobre el tema.	No realizó ninguna	20 min

Nota: Elaboración propia con base en audio Así es la cosa 2014

Apéndice Z

Análisis programa Así es la cosa 2017

Nombre Programa: Así es la cosa Presentador: Fernando Durán, Vladimir de la Cruz, Álvaro Fernández Formato: Tertulia y comentarios Horario: 3:30 pm a 4:00 pm Día: 2017-07-20				
Contenido	Fuentes	Opinión	Entrevista	Tiempo
Tema: Desprendimiento de bloque de hielo del tamaño de la provincia de Heredia en la Antártida.	No mencionó ninguna fuente.	Comentarios y tertulia por parte de los conductores durante todo el programa, los cuales dan datos e historias sobre el tema.	No realizó ninguna	23 min 30 seg

Nota: Elaboración propia con base en audio Así es la cosa 2017

Apéndice AA

Análisis programa Oro y Grana 2014

Nombre Programa: Oro y Grana Presentadores: Rafael Murillo Director: Miguel Cortez (no estuvo presente) Formato: Informativo, opinión y entrevista Horario: 4:00 a 5:00 pm Día: 2014-09-06				
Contenido	Fuentes	Opinión	Entrevista	Tiempo
Introducción del Programa con titulares	No mencionó ninguna	No se emitió ninguna opinión	No realizó ninguna	3 min 30 seg
Nota 1: Contratación de Christian Bolaños con el Cartaginés.	Claudio Ciccía, Gerente deportivo de Cartago ante contratación de Christian Bolaños Inserción de 10 min	No se emitió ninguna opinión	Se entrevista a Claudio Ciccía, Gerente deportivo de Cartago ante proyecto de contratación de jugadores como Christian Bolaños.	11 min
Sección Repaso por el fútbol español: Salida de Ángel Di María del Real Madrid	Menciona que las propias palabras de Angel Di María ante comentarios polémicos en contra del Real Madrid Menciona que en la cuenta de Twitter de Cristiano Ronaldo aseguro que sus declaraciones se malinterpretaron Extracto de declaraciones de Florentino Pérez, presidente del Real Madrid. Inserción de 2 min 5 seg	No se emitió ninguna opinión	No realizó ninguna	4 min 10 seg
Internacionales Gustavo Aguilar, periodista de deportes con información internacional.	Gustavo Aguilar no menciona de donde obtuvo los datos.	No se emitió ninguna opinión	No realizó ninguna	4 min 33 seg

Sección Repaso por el futbol argentino: -Marcadores de juegos -Juegos futuros	Extracto grabado de la conferencia de Rodolfo Arruabarrena, director técnico del Boca Junior de Argentina. Inserción 1 min 30 seg	No se emitió ninguna opinión	No realizó ninguna	3 min 27 seg
Próximos Juegos de la jornada: Tabla de posiciones	No mencionó ninguna	No se emitió ninguna opinión	No realizó ninguna	1 min 30 seg
Resumen de información internacional -Colombia vs Brasil -Japón vs Uruguay -Corea del Sur vs Venezuela. -Partidos amistosos del día	No mencionó ninguna	No se emitió ninguna opinión	No realizó ninguna	2 min
Nota 2: Llegada de <i>Ronaldinho</i> con los Gallos Blancos de Querétaro, México	Periodista menciona que <i>Ronaldinho</i> menciona su llegada a este equipo a través de su cuenta de Facebook.	No se emitió ninguna opinión	No realizó ninguna	3 min 10 seg
Nota 3: Belén pierde dos juegos consecutivos Salida de Minor Díaz	Briance Camacho Director Técnico de Belén Futbol Club, vía telefónica, con información sobre situación del equipo, durante 2 min 55 seg Minor Díaz, presente en cabina explica el porqué de su salida de Belén a Heredia, durante 32 min 40 seg	No se emiten comentarios de opinión.	Entrevista a Briance Camacho Director Técnico de Belén Futbol Club antes dos perdidas y como se prepara. Además de la salida de jugadores como: Duarte, Blanco, Díaz, Contreras. Entrevista a Minor Díaz ante su salida de	44 min 30 seg

			Belén y llegada como asistente al Club Hereditano.	
--	--	--	---	--

Nota: Elaboración propia con base en audio Oro y Grana 2014

Apéndice AB

Análisis programa Oro y Grana 2017

Nombre Programa: Oro y Grana Presentadores: Miguel Cortez, Gustavo Aguilar, Formato: Informativo, opinión y entrevista Horario: 4:00 a 5:00 pm Día: 2017-05-09				
Contenido	Fuentes	Opinión	Entrevista	Tiempo
Sección el comentario de Erwin Wino Knohr: Análisis de los objetivos de los equipos deportivos en CR	No mencionó ninguna	Es un comentario de opinión sobre los equipos de fútbol de Costa Rica	No realizó ninguna	3 min 40 seg
Nota 1: Juventus se impone en casa	Utilizó datos de la UEFA para los resultados del juego	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna	30 seg
Sección el Comentario de hoy, Jacques Sagot: Cesar Luis Menotti	No mencionó ninguna fuente	Realizó un comentario personal sobre el técnico Menotti	No realizó ninguna	6 min
Nota 2: Sentencia a Elías Aguilar y sanciones al Club Sport Herediano	Extracto de Conferencia de prensa: Milton Castro, presidente del tribunal	Si se realizaron comentarios de opinión entre los dos presentadores sobre el Club Herediano y sus dirigentes.	No realizó ninguna	14 min
Sección: Figuras del pasado: Raúl González Blanco (1994 Real Madrid)	Se utilizó un audio de una declaración de Raúl Gonzales pero no mencionaron de donde lo tomaron.	No realizó ninguna	No realizó ninguna	4 min 25 seg
Nota 3: Nombramiento de Jeffry Solis entre el Saprissa y Herediano / Participación de Andrey Amador en el Giro de Italia	No se menciona de donde tomaron la información	Si se realiza breves comentarios de opinión sobre Andrey Amador.	No realizó ninguna	1 min, 40 seg
Sección Mi opinión: Salida del árbitro	No se menciona ninguna fuente	Todo el contenido fue de opinión	No realizó ninguna	11 min 55 seg

Walter Quesada				
Nota 4: Foro Somos Futbol (Brasil)	Extracto de Foro: Somos Futbol con Marcelo Bielsa	Si se realizaron comentarios de opinión sobre el futbol en Costa Rica	No realizó ninguna	5 min 16 seg
Lectura de opiniones de los radioescuchas: Sobre nombramiento de Jeffry Solis entre el Saprissa y Herediano	No se menciona ninguna fuente	Opinión de radioescuchas	No realizó ninguna	4 min 15 seg
Nota 5: Boxeo Anthony Joshua	No se menciona ninguna fuente	No se realiza comentario de opinión	No realizó ninguna	1 min 20 seg

Nota: Elaboración propia con base en audio 2017

Apéndice AC

Tabla 50 : Análisis programa Pelando el ojo 2014

Nombre Programa: Pelando el Ojo Productor y Director: Norval Calvo Conducción: Christian Hernández Elenco: Roque Ramírez, Natalia Monge, Katherine González, Josué Porras, Gustavo Ramírez, Mino Padilla, Christian Tristán. Formato: Humorístico e informativo Horario: 5:00pm a 7:00 pm Día: 2014-08-11				
Contenido	Fuentes	Opinión	Entrevista	Tiempo
Introducción y presentación de elenco Titulares	No mencionó ninguna fuente	No se realiza ningún comentario	No realizó ninguna	5 min 30 seg
Un día como Hoy: -Nace Rodolfo Herrera -Nace Gustavo Cerati. -Nace Enrique Bunbury -Día del nutricionista	No mencionó ninguna fuente	No se realiza ningún comentario	No realizó ninguna	1 min
Nota 1: Saprissa pierde juego ante Cartago	No mencionó ninguna	Varios personajes e imitadores comentan, dramatizan y opinan el gane de Cartago ante Saprissa. Radioescuchas participan con sus comentarios	No realizó ninguna.	18 min 30 min
Avance de Noticias Repretel	Periodistas Osvaldo Alvarado de Noticias Repretel.			1 min 30 seg
Nota 2: Propuesta de diputado Marvin Atencio del PAC para consumo de mariguana de uso medicinal. Banco de sangre del Hospital de Niños.	Marvin Atencio Diputado del Partido Acción Ciudadana.	Personajes emiten comentarios a favor y otros en contra Radioescuchas participan opinando sobre el tema. Lectura de comentarios de los radioescuchas por redes sociales.	Entrevista telefónica a diputado Marvin Atencio del PAC, él explica el proyecto	15 min 45 seg

Nota 3: Criticas a expresidenta Laura Chinchilla, tras los primeros meses de salida.	No mencionó ninguna fuente	Personajes emiten comentarios a favor y otros en contra de la expresidenta. Lectura de comentarios de los radioescuchas por redes sociales.	No realizó ninguna	14 min 30 seg
Los cumpleaños	No mencionó ninguna fuente	No se realiza ningún comentario	No realizó ninguna	2 min 24 seg
Nota 4: Muerte de Robin Williams (suicidio)	No mencionó ninguna fuente	Personajes emiten comentarios sobre Robin Williams. Radioescuchas participan opinando sobre el tema. Lectura de comentarios de los radioescuchas por redes sociales.	No realizó ninguna	12 min
Avance de Noticias Monumental con Laura Ávila. Periodista Laura Ávila canta opera	Periodista Laura Ávila realiza avance de Noticias Monumental	No se realiza ningún comentario	No realizó ninguna	1 min 5 min
Nota 5: Iván Barrantes renuncia a cargo de asesor del Presidente de la República.	No mencionó ninguna fuente oficial	Personajes emiten comentarios a favor y otros en contra de la renuncia. Radioescuchas participan opinando sobre el tema. Lectura de comentarios de los radioescuchas por redes sociales.	No realizó ninguna	11 min

Nota 6: Taxistas salen a la calle a protestar por taxis informales.	No mencionó ninguna fuente oficial	Personajes emiten comentarios a favor y otros en contra sobre protesta de taxistas.	No realizó ninguna	4 min
---	------------------------------------	---	--------------------	-------

Nota: Elaboración propia con base en audio Pelando el ojo 2014

Apéndice AD

Análisis programa Pelando el ojo 2017

Nombre Programa: Pelando el Ojo Productor y Director: Norval Calvo Conducción: Christian Hernández Elenco: Natalia Monge, Katherine González, Josué Porras, Gustavo Ramírez, Mino Padilla, Christian Tristán. Formato: Humorístico e informativo Horario: 4:00 a 6:00 (cambio por transmisión del partido nacional) Día: 2017-08-10				
Contenido	Fuentes	Opinión	Entrevista	Tiempo
Nota 1: Video de Jorge Luis Pinto aparece agrediendo a su hija en Colombia.	No mencionó ninguna	Varios personajes e imitadores comentan, dramatizan y opinan la noticia. Radioescuchas participan con sus comentarios	No realizó ninguna.	17 min 30 min
Nota 2: 15% de impuestos a productos “streaming” como Netflix	Menciona la Ley de Fortalecimiento de finanzas públicas. Inserción grabada de entrevista a Fernando Rodríguez Viceministro de Hacienda por parte de Randall Rivera de 1 min con 20 seg	Norval menciona que el gobierno debería cobrar impuestos a la educación privada. Personajes emiten comentarios a favor y otros en contra Radioescuchas participan opinando sobre el tema.	No realizó ninguna en vivo pero se transmitió un extracto de la entrevista hecha a Rodríguez, Viceministro de Hacienda por parte de Randall Rivera	18 min
Música J Balvin - Mi gente.	No mencionó ninguna fuente	No se realiza ningún comentario	No realizó ninguna	1 min
Sección retro: de música ranchera	No mencionó ninguna fuente	Se realizan comentarios sobre gustos musicales	No realizó ninguna	16 min 45 seg
Sección los cumpleaños de Pelando el Ojo	No mencionó ninguna fuente	Envío de saludos a familiares y radioescuchas que celebran su cumpleaños.	No realizó ninguna	2 min 15 seg
Nota 3: Propuesta del	No se menciona de donde tomaron la	A través de personajes se emiten comentarios de	Personajes de la política nacional	16 min

proyecto Edgardo Araya del FA que plantea la reducción de deuda política es rechazada por PLN, PUSC y PAC	información. Intervención en vivo del Diputado Edgardo Araya del Frente Amplio de 5 min y 50 seg.	juicio. Radioescuchas emiten sus comentarios vía telefónica.	realizan 4 preguntas al Diputado Edgardo Araya del Frente Amplio sobre la propuesta de reducción de la deuda política.	
Nota 4: Partido de la Liga Deportiva Alajuelense contra el Olimpia de Honduras.	No se menciona ninguna fuente.	Personajes interpretando a figuras del futbol nacional emiten sus comentarios.	No realizó ninguna	23 min

Nota: Elaboración propia con base en audio Pelando el ojo 2017

Apéndice AE

Análisis programa Noticias Monumental III 2014

Nombre Programa: Noticias Monumental III Emisión Presentador: Esteban Aarón Sparisci. Formato: Noticiero Horario: 7:00 pm a 8:00 pm Día: 07-08-2014				
Contenido	Fuentes	Opinión	Entrevista	Tiempo
Introducción: Saludos	No mencionó ninguna	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna	1 min 20 seg
Lectura de titulares, en cada titular introducen extracto de declaraciones de fuentes.	No mencionó ninguna de quien son las declaraciones.	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna	2 min 30 seg
Nota1: Grupo de 16 diputados de Liberación Nacional piden a la Sala Constitucional frenar la entrega de una calle josefina a los artesanos.	La oficina de prensa de La Sala Constitucional, brinda información sobre el expediente 14-12628 firmado por Liberacionistas. Declaraciones de Juan Marín de Liberación Nacional la ley es inconstitucional 3) Inserción de 45 seg Declaraciones del Abogado Rashim Castillo quien también interpuso un recurso de amparo 4) Inserción de 50 seg	No se realizó comentario de opinión.	No realizó ninguna	2 min 22 seg
Nota 2: Ministro de la Presidencia Melvin Jiménez menciona que defiende a Ivan Barrantes, ex estratega del PAC, es consultor privado y asesor "Ad honorem" de presidencia y	Declaraciones de Ministro de la Presidencia Melvin Jiménez menciona que si es ético que trabaje así pero estudiarán el caso 1)Inserción de 50 seg 2)Inserción de 30 seg	No se realizó comentario de opinión.	No realizó ninguna	3 min 16 seg

estudiarán que no tenga conflicto de intereses.	Declaraciones de Epsy Cambell del Partido Acción Ciudadana, mencionando un cruce de intereses. 2)Inserción de 23 seg			
Nota 3: Demanda contra Diputado Juan Luis Jiménez, Jefe de Fracción de Liberación Nacional por tráfico de influencias por instalación de publicidad en “mopies” en áreas públicas.	Declaraciones de Quirós (ciudadano que demanda el jefe de fracción del PLN) explica el supuesto tráfico de influencias 1)Inserción de 1 min 2)Inserción de 40 seg Declaraciones de Diputado Juan Luis Jiménez, Jefe de Fracción de Liberación Nacional ante acusaciones. 3)Inserción de 50 seg	No realizó ninguna opinión	No realizó ninguna entrevista	3 min 42 seg
Nota 4: Se le acusa de fallas éticas al presidente Luis Guillermo Solís y a Ministro de la Presidencia Melvin Jiménez	Declaraciones de Mario Redondo de Alianza Demócrata Cristiana, ante contratación de Iván Barrantes. 1)Inserción de 30 seg Declaraciones de Gerardo Vargas, Jefe de Fracción del Frente Amplio quien apoya a Mario Redondo. 2)Inserción de 30 seg Declaraciones de Rolando González de Liberación Nacional, cree que existe un conflicto moral. 3)Inserción de 45 seg Declaraciones de Ottón Solís de Partido Acción Ciudadana , cree que es inconveniente. 4)Inserción de 29 seg	No realizó ninguna opinión	No realizó ninguna	4 min 13 seg
Nota 5: Mayoría de diputados apoyan la construcción del nuevo	Declaraciones de Henry Mora, Presidente del Congreso, sobre	No realizó ninguna opinión	No realizó ninguna entrevista	3 min 20 seg

edificio de la Asamblea Legislativa	necesidad de este edificio. 1)Inserción de 40 seg Declaraciones de Luis Vázquez, Secretario del Congreso, explica que se gasta mucho en reparaciones y alquiler. 2)Inserción de 28 seg Declaraciones de Ottón Solís en contra del proyecto 3)Inserción de 15 seg			
Nota 6: Construcción del paso a desnivel de Paso Ancho	Declaraciones de Carlos Villalta Director de la Unidad Ejecutora del CONAVI 1)Inserción de 37 seg 2)Inserción de 35 seg	No realizó ninguna opinión.	No realizó ninguna	2 min 8 seg
Nota 7: Masivo decomiso de madera en el Pacífico Sur	Declaraciones del Jefe de programa de prevención y control y protección del área de conservación de Osa, Pablo Astúa, menciona los pasos siguientes al decomiso de madera. 1)Inserción de 50 seg	No realizó ninguna opinión.	No realizó ninguna.	2 min
Nota 8: Gobierno presenta nueva herramienta para medir la desigualdad y la pobreza extrema en el país.	Declaraciones de la Vicepresidenta de la República Ana Elena Chacón brinda datos sobre la pobreza extrema del país. 1)Inserción de 50 seg Declaraciones del presidente de la República, Luis Guillermo Solís menciona los esfuerzo e inversión del gobierno 2)Inserción de 45 seg Declaraciones de Ministro de Desarrollo Humano, Carlos Alvarado menciona la proyección para implementar dicha	No realizó ninguna opinión.	No realizó ninguna entrevista.	3 min 40 seg

	herramienta 3)Inserción de 48 seg			
Tipo de cambio Venta 545.53 Compra 534.54	No mencionan ninguna fuente oficial	No realizó ninguna opinión.	No realizó ninguna entrevista.	30 seg
Nota 9: Ministerio de hacienda estudia cobrar el 13% de impuesto de venta a entrada de Parques Nacionales	Declaraciones de Viceministro de Ingresos, Fernando Rodríguez, menciona que se debe de interpretar bien la jurisprudencia para aplicar correctamente el impuesto. 1)Inserción de 33 seg 2)Inserción de 55 seg	No realizó ninguna opinión.	No realizó ninguna.	2 min 50 seg
Información deportiva con Alex Masón -Keylor Navas en primer entrenamiento con el Real Madrid. -Selección Femenina de Costa Rica	Menciona opiniones de la prensa española con respecto al desempeño de Keylor Navas en el entrenamiento junto a Iker Casillas pero no menciona la fuente puntualmente.	No realizó ninguna opinión.	Presentador pregunta a Alex Masón sobre venta y compra de jugadores.	4 min
Nota 10: Recope presenta posible rebaja de 30 colones ante el ARESEP.	Declaraciones de la Presidente Ejecutiva de Recope, Sara Salazar, menciona que el precio varía según el mercado internacional. 1)Inserción de 14 seg	No realizó ninguna opinión.	No realizó ninguna	1 min 15 seg
Nota 11: Ministerio de Hacienda cierra 16 negocios en Alajuela y Heredia	Declaraciones del Director General de Tributación directa, Carlos Vargas menciona los planes de control de facturación. 1)Inserción de 39 seg 2)Inserción de 54 seg	No realizó ninguna opinión	No realizó ninguna	2 min 19 seg

Nota 12: Estudio eléctrico en la sala de operaciones de ginecología y ginecobstetricia del Hospital México, no están en condiciones de ser utilizadas.	Declaraciones de Douglas Montero, Director del Hospital México. 1) Inserción de 33 seg 2) Inserción de 38 seg	No realizó ninguna opinión	No realizó ninguna	2 min 5 seg
Sección de tecnología: Australiano presenta aplicación para sustituir las contraseñas y poder imágenes.	No mencionan ninguna fuente oficial	No realizó ninguna opinión.	No realizó ninguna entrevista.	40 seg
Internacionales: -No hay un alto al fuego en Gaza	Menciona que dicha información fue dada por el portavoz del ejército Palestino.	No realizó ninguna opinión.	No realizó ninguna entrevista.	40 seg

Nota: Elaboración propia con base en audio Noticias Monumental III 2014

Apéndice AF

Análisis programa Noticias Monumental III 2017

Nombre Programa: Noticias Monumental III Emisión Presentadora: Fernando Muñoz Formato: Noticiero Horario: 7:00 pm a 8:00 pm Día: 02-02-2017				
Contenido	Fuentes	Opinión	Entrevista	Tiempo
Introducción: Saludos	No mencionó ninguna	No se realizaron comentarios	No realizó ninguna	30 min
Lectura de titulares	No mencionó ninguna	No se realizó comentario de opinión	No realizó ninguna	45 seg
Nota1: Cierres de dos carriles del puente “La platina”	Sonia Marta Mora, Ministra de Educación Pública menciona que clases se retrasan hasta el 9 de enero para Colegio Castella, Ulloa, entre otros 1)Inserción de 52 seg Carlos Villalta, MOPT mencionó que la institución busca agilizar rutas y la utilización del tren no directo. 2)Inserción de 40 seg	No se realizó comentario de opinión.	No realizó ninguna	3 min
Nota 2: Gobierno mantiene la misma propuesta de ajuste salarial de 0.76% para los empleados del sector público.	Declaraciones de Ministro de Trabajo, Alfredo Hasbum sobre esta medida. 1)Inserción de 1 min 10 seg Declaraciones de Rafael Mora, Asesor de Asociación Publica de Trabajadores Públicos y Privados en contra de la medida del gobierno. 2)Inserción de 1 segundos 15 seg	No se realizó comentario de opinión.	No realizó ninguna	2 min 30 seg
Nota 3: TUASA no ofrecerá servicio especial entre San José y Alajuela por cierre del puente de “La Platina”	Vocero de la Defensoría de los habitantes Ahmed Tabash sobre el alto costo del servicio especial. 1)Inserción de 50 seg 2)Inserción de 50 seg	No realizó ninguna opinión	No realizó ninguna entrevista	3 min 10 seg

Micro de Pensiones de BNvital *espacio publicitario	No se menciona ninguna fuente	No realizó ninguna opinión	No realizó ninguna	3 min
Nota 4: Baja en el gabinete presidencial por renuncia de Gelmer Ramos	Se menciona que dicha información fue brindada por un comunicado de prensa de Casa Presidencia. Declaraciones de Welmer Ramos, Ministro de economía menciona los logros alcanzados bajo su mandato y su intención de pasar a la política. 1) Inserción de 20 seg 2) Inserción de 5 seg 3) Inserción de 42 seg	No realizó ninguna opinión	No realizó ninguna entrevista	1 min 50 seg
Nota 5: 1900 reportes de choferes temerarios y carreras clandestinas.	Menciona que datos fueron revelados por el OIJ. Declaración de Lindsay Martínez, Investigadora especializada en tránsito de la Policía Judicial sobre lugares usuales para “piques” y perfil de los “picones” 1) Inserción de 32 seg 2) Inserción de 45 seg	No realizó ninguna opinión.	No realizó ninguna	3 min 5 seg
Nota 6: Animalistas arremeten contra la Sala IV por inconstitucionalidad en ley de Bienestar Animal	Declaraciones de Juan Carlos Peralta, Presidente de la Asociación de Bienestar Animal sobre lo poco que abarca la nueva ley dejando por fuera un sector importante de animales. 1) Inserción de 22 seg 2) Inserción de 47 seg	No realizó ninguna opinión.	No realizó ninguna.	2 min 15 seg
Nota 7: Acuerdo firmado para regular el uso de armas en la empresa privada	Declaraciones de Gustavo Mata, Ministro de Fuerza Pública explica los nuevos requisitos para que la empresa privada cuente con armas de fuego para su seguridad, ya que muchas	No realizó ninguna opinión.	No realizó ninguna entrevista.	3 min

	armas quedan en manos del hampa. 1) Inserción de 48 seg 2) Inserción de 40 seg Se mencionan la fuente del OIJ proporcionando datos sobre armas robadas.			
Pronóstico del tiempo	Inserciones de Gabriela Chinchilla, especialista del Instituto Meteorológico Nacional sobre pronóstico del clima en territorio nacional.. 1) Inserción de 40 seg 2) Inserción de 16 seg	No realizó ninguna opinión.	No realizó ninguna entrevista.	2 min
Sección de deportes: Situación nacional del fútbol con respecto al cierre de inscripción del futbol de primera división. Menciona la Jornada del próximo fin de semana	No mencionan ninguna fuente oficial o de donde obtuvieron la información.	No realizó ninguna opinión.	No realizó ninguna.	9 min 40 seg
Nota 8: Alcaldes de la Unión, Curridabat y Montes de Oca se unieron para pedir un alto a las muertes de ciclistas en carretera.	Declaración de Luis Carlos Villalobos, Alcalde de La Unión brindó información sobre la solicitud de “La calle vieja a Cartago” se cierre los domingos para disfrute de ciclistas 1) Inserción de 1 min Declaración del Alcalde de Curridabat, Edgar Mora, menciona que la calle es deficiente. 2) Inserción de 52 seg	No realizó ninguna opinión.	No realizó ninguna.	3 min 50 seg
Internacionales: Venezuela con crisis alimentaria.	Menciona que la información fue leída por el Secretario del parlamento de Venezuela, José Ignacio Sedes sobre el plan de 30 días para la crisis alimentaria.	No realizó ninguna opinión.	No realizó ninguna	1 min
Cierre con Música John Mayer – Gravity.	No se menciona ninguna fuente	No realizó ninguna opinión	No realizó ninguna	4 min 10 seg

Nota: Elaboración propia con base en audio Noticias Monumental III 2017

Apéndice AG

Story Telling en Noticias Monumental

Programa	Comentarios y opiniones de juicio en noticias	Lectura de Noticias	Locución en entrada, salida e intermedios del noticiero	Música
Noticias Monumental I 2014	-Presentador realizó comentario de opinión sobre lo “lamentable” que sucede en el país. - El presentador muestra imparcialidad al menciona que conoce a Josué Navarro desde hace muchos años y que le alegra este record. - Ambos presentadores concuerdan en que las condiciones en el transporte público en Costa Rica son “malas” en comparación otros países. - Se realiza un juicio de valor tras mencionar pensión millonaria de Ministra: “entonces, es más alto, gana más” o :“¡Como no, con esta pensión!” tras referirse a que la Ministra no renunciaria a la pensión.	Si suenan leídas Se hace acentos y entonaciones y alargamientos en algunas partes	Si se realizan conversaciones cotidianas al inicio y final del noticiero o cuando se envía a la pausa comercial. - Se realizaron comentarios personales sobre clima. -Después de finalizar la nota, el presentador hace un comentario sobre la unidad de capacidad TEUS y que no es “usted” utilizando la frase que el: “no se volvió un pachuco” - Mencionan su admiración a Joel Cambell y Tejeda tras nota del mundial.	No se programa ninguna canción
Noticias Monumental I 2017	- Presentadora se lamenta sobre el aumento del dólar con la frase: “no puede ser” - Presentadora menciona que todos los costarricenses deberían criticar “estas acciones” ante	Si suenan leídas Se hace acentos y entonaciones y alargamientos en algunas partes	Si se realizan conversaciones cotidianas al inicio y final del noticiero o cuando se envía a la pausa comercial. - Se realizaron comentarios personales sobre clima. - Se hace comentarios	Si, se dedica una sección de 9 minutos para elegir una canción, la canción elegida es programada por 3 minutos con 20

	decreto presidencial.		sobre situación similar en Estados Unidos a una serie llamada "House of cards" -Presentadora menciona su gusto por la lluvia. - Comentarios personales por parte del presentador sobre su gripe, además menciona su gusto por Shakira. -Presentadores mencionan sus recuerdos sobre el Kinder. - Si se realizaron opiniones personales sobre gustos musicales. -Comentarios personales sobre la necesidad de una nueva computadora por parte de la presentadora, también invitación a almorzar y sobre pagos de la quincena. - Comentarios del presentador sobre querer hacer ejercitarse y nadar.	segundos. Posteriormente se programan otra canción por un minuto.
Noticias Monumental II 2014	- Randall dice: " Dios guarde" sobre quitar impuestos ya que con ese dinero se financian las reparaciones y mantenimiento de la infraestructura vial del país.	Si suenan leídas y planas.	No se emiten comentarios cotidianos.	No se programa ninguna canción
Noticias Monumental II 2017	- Presentadora hace énfasis en la lectura sobre los impuestos que: "¡usted y yo pagamos!" con todo irónico y de juicio.	Si suenan leídas. Se hace acentos y entonaciones y	Si se realizan conversaciones cotidianas al inicio y final del noticiero o cuando se envía a la pausa comercial.	Si se programa una canción durante el noticiero, antes de ir a un corte comercial.

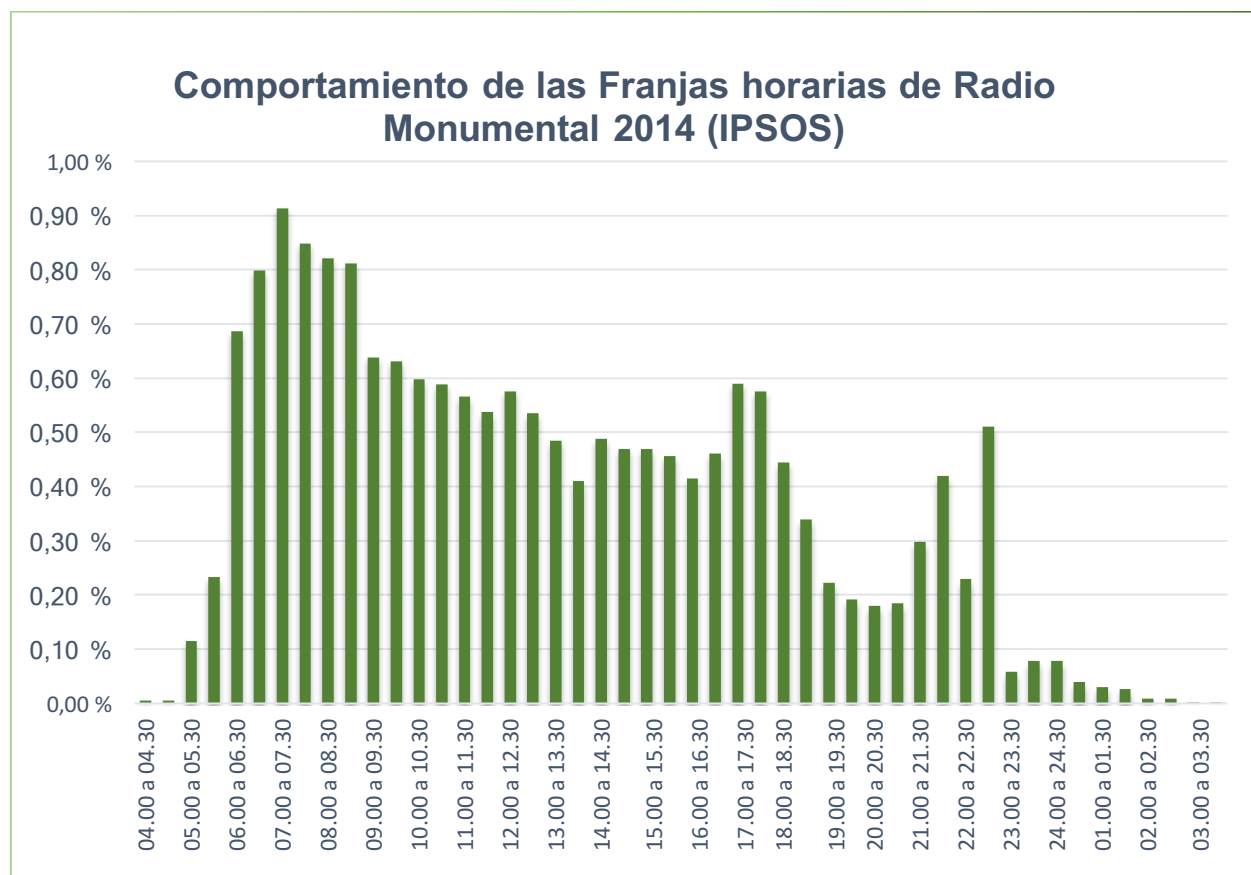
	- No hacen comentarios de opinión pero cuando leen la nota en tono irónico dando a entender que no están de acuerdo con dar vacaciones a los policías.	alargamientos en algunas partes	- Presentadora mencionó: "Más presas más de las que nos esperan los viernes" además consejos para no usar el celular al volante. - Se realizó comentario de opinión sobre la canción ya se ha puesto en varias ocasiones con anterioridad. - Presentador opinó de manera personal a mencionar que es una mala noticia. - Se realizaron comentarios personales sobre experiencias con los padres.	
Noticias Monumental III 2014	No se realizaron juicios de valor	Si suenan leídas y planas.	No se emiten comentarios cotidianos.	No se programa ninguna canción.
Noticias Monumental III 2017	No se realizarón juicios de valor	Si suenan leídas y planas.	No se emiten comentarios cotidianos.	Si se programa una canción al cierra del noticiero por 4 minutos y 10 segundos.

Nota: Elaboración propia con base en audios 2014 y 2017- Radio Monumental

FIGURAS

Figura 1

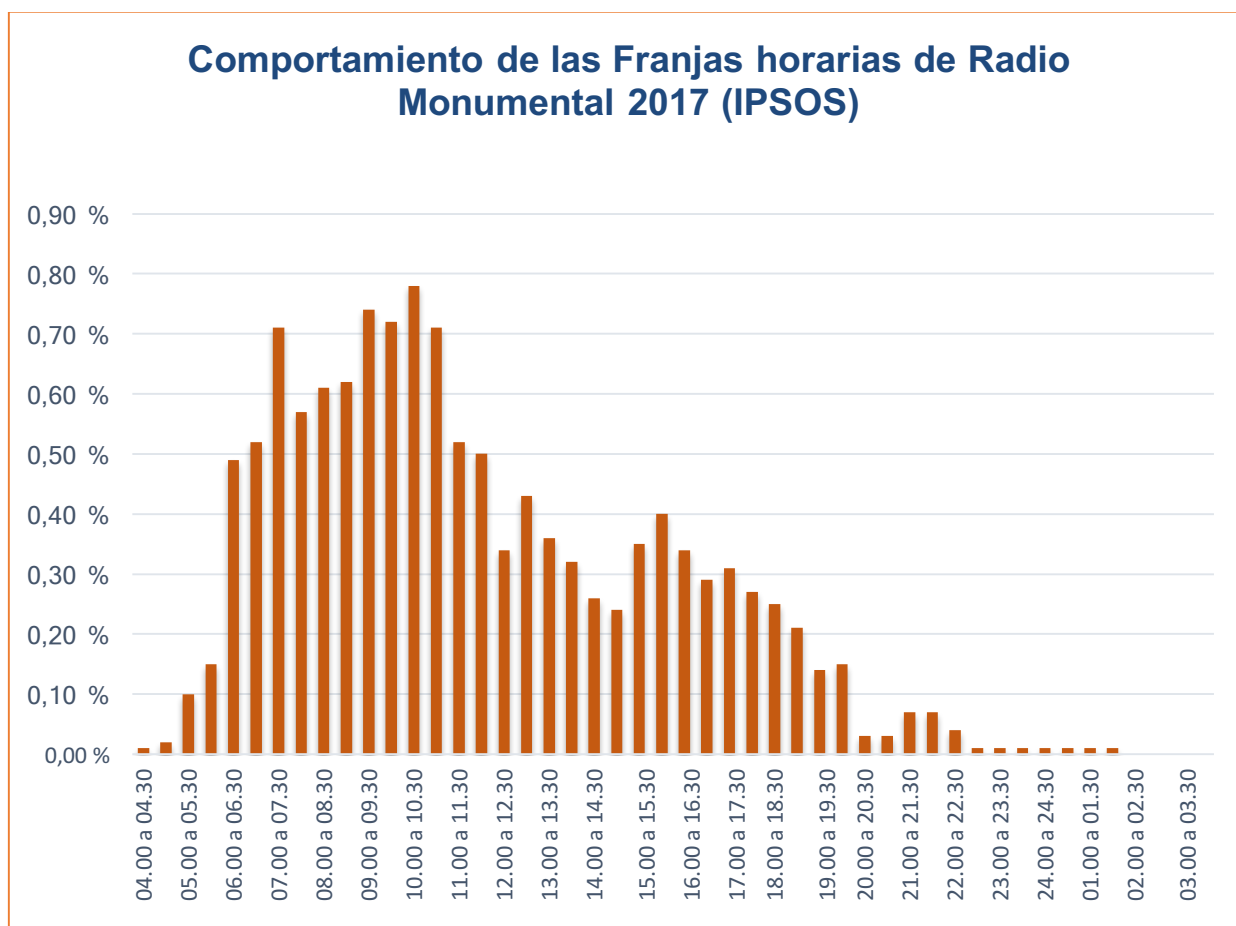
Franjas horarias Monumental 2014



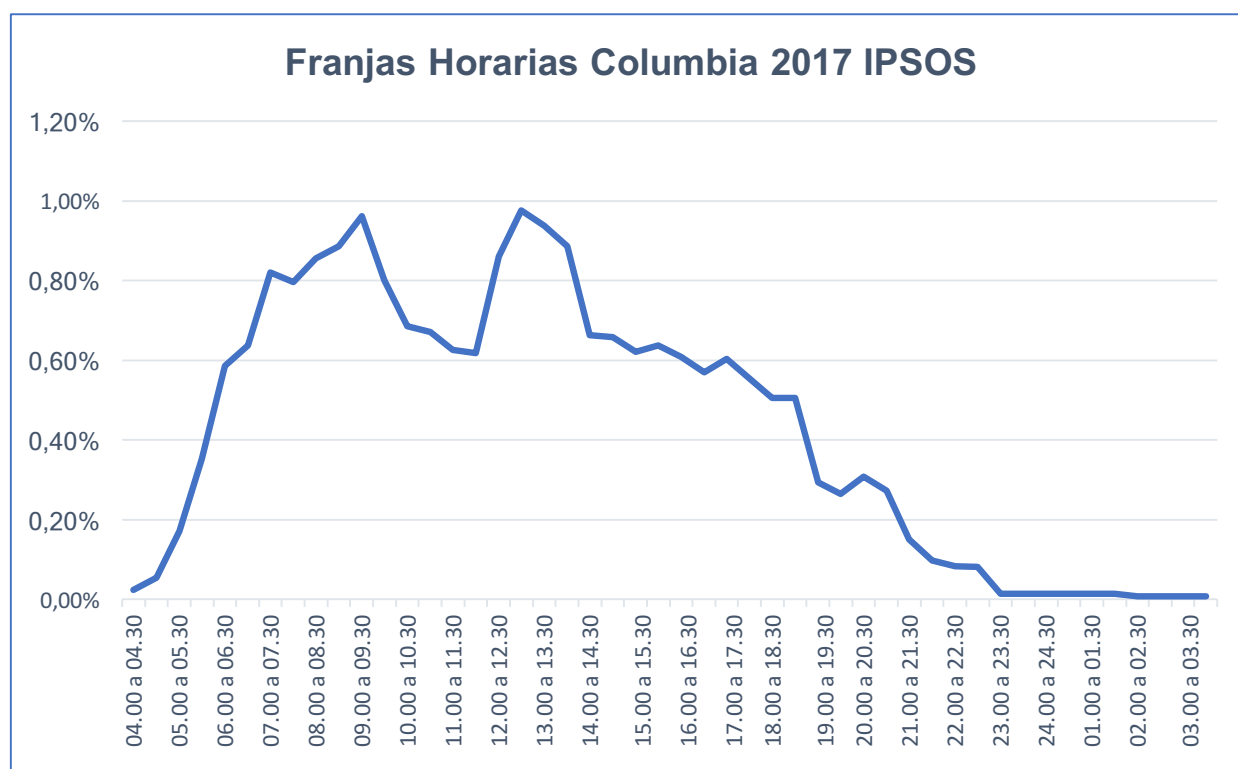
Nota: Elaboración propia con base en EGM Acumulada IPSOS 2014

Figura 2

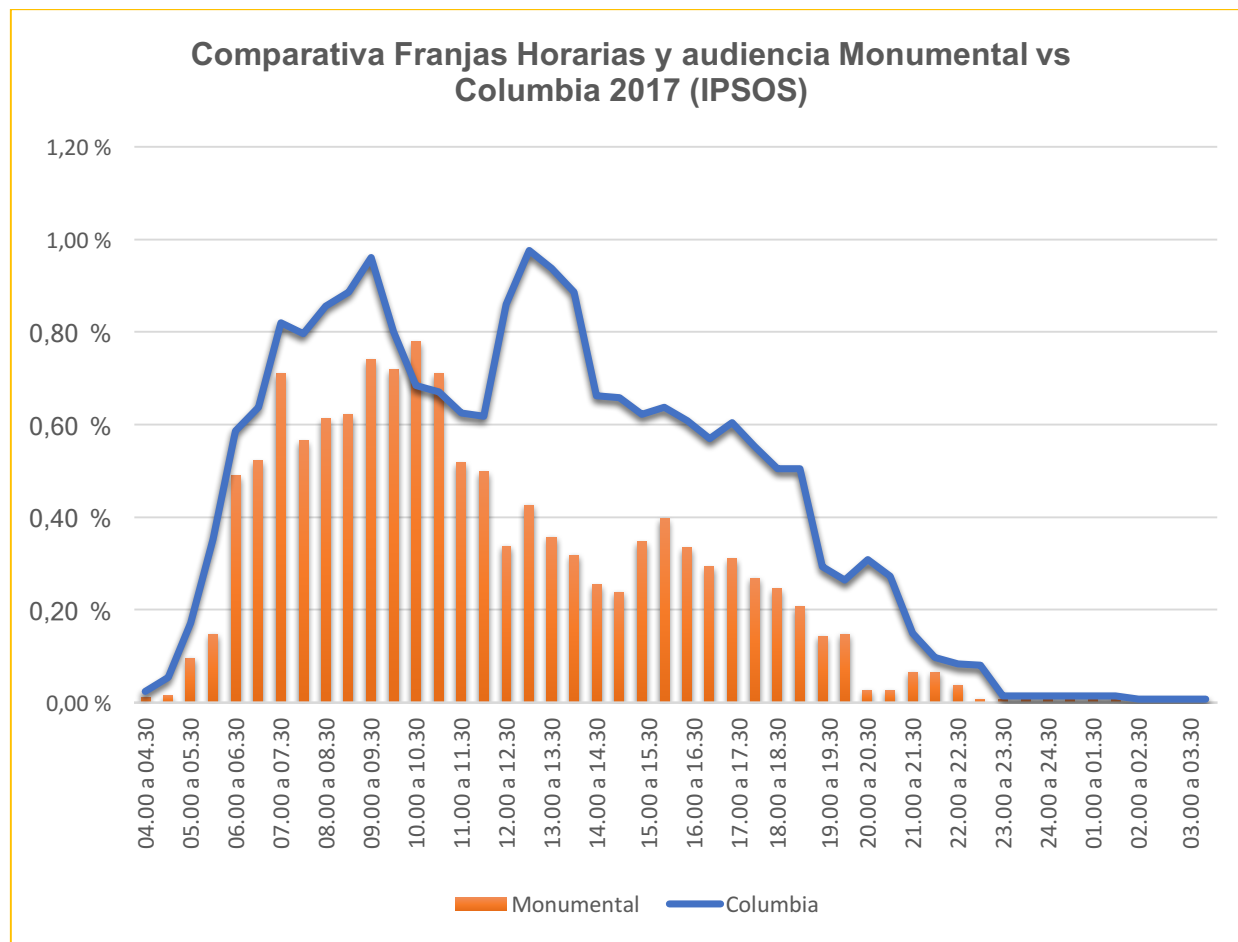
Franjas Horarias Monumental 2017



Nota: Elaboración propia con base en EGM Acumulada IPSOS 2017

Figura 3**Franjas Horarias Columbia 2017**

Nota: Elaboración propia con base en EGM Acumulada IPSOS 2017

Figura 4**Comparativa Franjas Horarias y audiencia Monumental vs Columbia 2017 (IPSOS)****Nota: Elaboración propia con base en EGM Acumulada IPSOS 2017**

