



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN

TÍTULO

**INCIDENCIA DE LA CREDIBILIDAD PERIODÍSTICA EN LAS NUEVAS
AUDIENCIAS DE LA RADIO ANTENA PENÍNSULA 91.7 FM, 2025-2026**

AUTORES:

PAOLA ALEJANDRA GONZÁLEZ NEIRA

ADRIÁN EDDY LINDAO SUÁREZ

TUTOR:

LIC. MARLON IVÁN RAMÍREZ RODRÍGUEZ, MGTR.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2026

La Libertad, 20 de julio de 2026

CERTIFICADO DE TUTORÍA

En mi calidad de Profesor Tutor del Trabajo de Investigación de título "**Incidencia de la credibilidad periodística en las nuevas audiencias de la radio Antena Península 91.7 FM, 2025-2026**" de autoría de los estudiantes **Paola Alejandra González Neira y Adrián Eddy Lindao Suárez**, previo a la obtención del título de Licenciado(a) en Comunicación, declaro que luego de haber orientado científica y metodológicamente su desarrollo se encuentra concluido en todas sus partes cumpliendo así con el proceso de acompañamiento determinado en la normativa interna, recomendando se inicien los procesos de evaluación que corresponden.



MARLON IVAN
RAMIREZ
RODRIGUEZ

Lic. Marlon Iván Ramírez Rodríguez, Mgtr.

PROFESOR TUTOR



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **GONZÁLEZ NEIRA PAOLA ALEJANDRA**, portadora de la cédula de identidad N.º 2450725821, y **LINDAO SUÁREZ ADRIÁN EDDY**, portador de la cédula de identidad N.º 0952764942, estudiantes de la carrera de Comunicación, declaramos bajo juramento que el trabajo de titulación: **“INCIDENCIA DE LA CREDIBILIDAD PERIODÍSTICA EN LAS NUEVAS AUDIENCIAS DE LA RADIO ANTENA PENÍNSULA 91.7 FM, 2025-2026”**, es de nuestra autoría, ha sido elaborado de manera personal y cumple con las normas éticas y legales de la investigación académica. De la misma forma, certificamos que todas las fuentes utilizadas han sido debidamente citadas y referenciadas, respetando los derechos de propiedad intelectual de terceros. En este sentido, manifestamos que no hemos incurrido en plagio, autoplagio ni en ninguna forma de deshonestidad académica, autorizando a su vez a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, a utilizar, reproducir, difundir y almacenar este trabajo con fines académicos, investigativos y de consulta.

Firma:

Cédula de Identidad: 2450725821

Fecha: 20 de julio de 2026

Correo electrónico: paolagonzalezneira5821@upse.edu.ec

Teléfono: 0980395557

Firma:

Cédula de Identidad: 0952764942

Fecha: 20 de julio de 2026

Correo electrónico: adrianlindaosuares4942@upse.edu.ec

Teléfono: 0960226872

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



**Lcdo. Gerzon Cochea Panchana, MSc.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



**Lcda. María Isabel Posligua Quinde, MSc.
DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**



**Lcdo. Marlon Ramírez Rodríguez, Mgtr.
DOCENTE TUTOR(A) DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



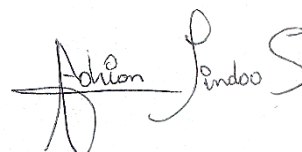
**Lic. Gonzalo Javier Vera Vera, Mgtr
DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



**Ing. Yolanda Paola Limones Borbor, Mgtr.
ASISTENTE ADMINISTRATIVO
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



**González Neira Paola Alejandra
ESTUDIANTE**



**Lindao Suárez Adrián Eddy
ESTUDIANTE**

DEDICATORIA

Dedico este logro a mis padres, Luz María Neira Beltrán y Johnny Adalberto González González, quienes han sido mi mayor fortaleza y el motor que me impulsó a no rendirme. Gracias por cada sacrificio, cada consejo, cada palabra de aliento y por creer en mí incluso cuando yo dudaba. Este sueño cumplido es el reflejo de todo el amor y esfuerzo que han sembrado en mi vida.

A mis hermanos, por acompañarme en este camino, brindarme su apoyo y motivarme a seguir adelante en cada desafío. Este logro también es de ustedes, porque formaron parte de esta hermosa trayectoria.

Este logro no es solo mío, sino de mi familia, que con su amor hizo posible que hoy alcance una de las metas más importantes de mi vida.

González Neira Paola Alejandra

Con todo mi amor y desde lo más profundo de mi corazón, dedico este logro a mis padres, Eddy Lindao Lindao y Mónica Suárez Salinas, quienes han sido mi guía, mi apoyo incondicional y mi mayor fortaleza durante este camino.

A ustedes les dedico este logro, porque detrás de esta meta alcanzada están sus sacrificios, sus consejos, sus palabras de aliento y todo el amor que me han brindado durante este proceso. Gracias por creer en mí, por motivarme a seguir adelante y por mostrarme, con cada sacrificio y esfuerzo, que las metas se alcanzan con perseverancia y dedicación.

A mi hermano Diego Lindao Suárez, por acompañarme en este camino y por todas las experiencias que me han permitido crecer. Este capítulo de mi vida también lleva una parte de ti.

Este logro lleva una parte de ustedes, porque cada enseñanza, cada esfuerzo y cada muestra de amor fueron fundamentales para llegar hasta aquí. Con todo mi cariño, les dedico este logro, porque son y serán siempre una parte esencial de mi vida.

Lindao Suárez Adrián Eddy

AGRADECIMIENTOS

Con el corazón lleno de gratitud, expresamos nuestro más sincero agradecimiento a nuestras familias, quienes fueron la fuerza que nos sostuvo durante todo este camino. Gracias por su amor incondicional, por cada palabra de aliento, por cada sacrificio y por creer en nosotros incluso en los momentos más difíciles. Este logro también les pertenece, porque sin su apoyo, comprensión y confianza, alcanzar esta meta no habría sido posible.

A nuestro tutor, Lcdo. Marlon Ramírez R., Mgtr., por guiarnos con paciencia, dedicación y compromiso durante este proceso de investigación. Gracias por compartir sus conocimientos, orientarnos con profesionalismo y brindarnos la confianza necesaria para culminar este trabajo con éxito.

A nuestros amigos, Kevin Loaiza, Carlos Marín, Gerardo Romo y Jairo Baquerizo, gracias por convertirse en una parte inolvidable de esta etapa. Más que compañeros, fueron verdaderos amigos con quienes compartimos largas jornadas de estudio, trabajos en equipo, desvelos, aprendizajes y momentos que siempre recordaremos con una sonrisa. Gracias por estar presentes tanto en los días de alegría como en los momentos de mayor dificultad, por cada palabra de ánimo y por demostrar que las amistades más valiosas también nacen en las aulas.

A todas las personas que, de una u otra manera, formaron parte de este camino, les expresamos nuestro más profundo agradecimiento. Su apoyo, confianza y compañía fueron fundamentales para alcanzar esta meta.

“Al final, somos el reflejo de todas las personas que han formado parte de nuestro camino. Nos alegra saber que cada una dejó una huella en quienes somos hoy.”



INCIDENCIA DE LA CREDIBILIDAD PERIODÍSTICA EN LAS NUEVAS AUDIENCIAS DE LA RADIO ANTENA PENÍNSULA 91.7 FM, 2025-2026.

González Neira Paola Alejandra

Código Orcid 0009-0009-1422-5546

Lindao Suárez Adrián Eddy

Código Orcid 0009-0002-4749-8400

RESUMEN

Este estudio busca analizar la incidencia de la credibilidad periodística en las nuevas audiencias de radio la Antena Península 91.7 FM a lo largo del periodo 2025-2026, esto con la finalidad de poder comprender cómo la confianza de la información impacta en el interés como la interacción y la fidelización de la audiencia en un entorno digital. La metodología que se llevó a cabo es de enfoque mixto con paradigma pragmático, diseño no experimental y alcance explicativo. Para la recolección de datos se aplicó una encuesta a 100 habitantes del cantón la libertad y expertos profesionales que se vinculan al ámbito periodístico y de marketing. Como hallazgo se evidencia que la verificación de la información, la imparcialidad, la transferencia y el uso de estrategias digitales ayudan a que aumente la confianza del público y favorece a una participación e interacción con la radio. Se concluyó en que la credibilidad es un factor determinante para poder consolidar el vínculo o la relación que existe entre las audiencias y la radio, de manera que la adaptación de las nuevas dinámicas de consumo informativo contribuye a que se fortalezca la comunicación radial en un contexto digital.

Palabras clave: credibilidad periodística, nuevas audiencias, radio, consumo digital, interacción, confianza.

IMPACT OF JOURNALISTIC CREDIBILITY ON THE NEW AUDIENCES OF RADIO ANTENA PENÍNSULA 91.7 FM, 2025-2026.

González Neira Paola Alejandra

Código Orcid 0009-0009-1422-5546

Lindao Suárez Adrián Eddy

Código Orcid 0009-0002-4749-8400

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of journalistic credibility on the new audiences of the radio station Antena Península 91.7 FM during the 2025–2026 period, seeking to understand how trust in information influences audience interest, interaction, and loyalty within a digital environment. The methodology employed a mixed-methods approach based on a pragmatic paradigm, utilizing a non-experimental design and an explanatory scope. Data collection involved surveying 100 residents of La Libertad Canton as well as professional experts linked to the fields of journalism and marketing. Findings indicate that information verification, impartiality, transparency, and the use of digital strategies boost public trust and foster audience participation and interaction with the station. The study concludes that credibility is a decisive factor in consolidating the bond between audiences and the radio station, and that adapting to new information consumption dynamics helps strengthen radio communication in a digital context.

Keywords: *journalistic credibility, new audiences, radio, digital media consumption, audience interaction, trust.*

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. PORTADA	1
II. CERTIFICADO DE TUTORÍA	2
III. DECLARACIÓN DE AUTORÍA	3
IV. TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	4
V. DEDICATORIA	5
VI. AGRADECIMIENTOS	6
VII. RESUMEN	7
VIII. ABSTRACT	8
IX. ÍNDICE DE CONTENIDO	9
X. ÍNDICE DE TABLAS	11
XI. ÍNDICE DE FIGURAS	12
1. INTRODUCCIÓN	13
2. MARCO REFERENCIAL	15
2.1. Conocimiento actual	15
2.2. Fundamentación teórica	19
2.3. Fundamentación conceptual	20
2.3.1. Credibilidad periodística	20
2.3.2. Imparcialidad	20
2.3.3. Precisión	20
2.3.4. Autoridad de la fuente	20
2.3.5. Nuevas audiencias	21
2.3.6. Consumo digital	21
2.3.7. Interacción con el medio	21
2.3.8. Fidelización de la audiencia	22
3. METODOLOGÍA	23
3.1. Paradigma	23

3.2. Enfoque de investigación	23
3.3. Tipo o alcance de investigación	24
3.4. Diseño de investigación.....	24
3.5. Métodos	24
3.5.1. Técnicas	25
3.5.2. Instrumentos.....	25
3.5.3. Población.....	25
3.5.4. Muestra.....	26
3.5.5. Procedimiento	26
4. RESULTADOS	28
4.1. Análisis cuantitativo: La encuesta	28
4.2. Análisis cuantitativo: Correlación de Spearman	39
4.3. Análisis de contenido	40
4.4. Análisis cualitativo: La entrevista	41
5. DISCUSIÓN	48
6. CONCLUSIÓN.....	51
7. RECOMENDACIONES.....	52
8. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS	53
9. ANEXOS	55

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. ¿Es usted oyente de radio Antena Península 91.7 FM?.....	28
Tabla 2. ¿Confía en que la radio informa de manera honesta, precisa y responsable?	29
Tabla 3. ¿Se siente seguro(a) de compartir la información que escucha en radio Antena Península con otras personas?	30
Tabla 4. ¿Considera que los periodistas de radio Antena Península son profesionales y confiables?.....	31
Tabla 5. ¿Cree que la radio transmite noticias imparciales, sin favorecer a ningún grupo o interés?.....	32
Tabla 6. ¿Cree que los contenidos informativos difundidos por radio Antena Península son verificados y confiables?	33
Tabla 7. ¿Considera que la interacción con la audiencia es una parte importante de la estrategia de radio Antena Península para mantener el interés en sus programas radiales?.....	34
Tabla 8. ¿Cree que la radio debe aprovechar eficazmente la tecnología para llegar a su audiencia a través de múltiples plataformas (radio, web, redes sociales)?	35
Tabla 9. ¿Prefiere acceder a los contenidos de la radio mediante plataformas digitales?	36
Tabla 10. ¿Se siente más involucrado con los programas de radio Antena Península cuando puede interactuar a través de redes sociales u otras plataformas digitales?	37
Tabla 11. ¿Considera que la radio debería ampliar los espacios de participación de la audiencia (llamadas telefónicas, WhatsApp y otros medios) en sus programas?	38
Tabla 12. Correlación de Spearman	39
Tabla 13. Análisis de contenido	40
Tabla 14. Entrevista 1.....	42
Tabla 15. Entrevista 2.....	44
Tabla 16. Entrevista 3.....	46

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. ¿Es usted oyente de radio Antena Península 91.7 FM?	28
Figura 2. ¿Confía en que la radio informa de manera honesta, precisa y responsable?	29
Figura 3. ¿Se siente seguro(a) de compartir la información que escucha en radio Antena Península con otras personas?	30
Figura 4. ¿Considera que los periodistas de radio Antena Península son profesionales y confiables?.....	31
Figura 5. ¿Cree que la radio transmite noticias imparciales, sin favorecer a ningún grupo o interés?.....	32
Figura 6. ¿Cree que los contenidos informativos difundidos por radio Antena Península son verificados y confiables?	33
Figura 7. ¿Considera que la interacción con la audiencia es una parte importante de la estrategia de radio Antena Península para mantener el interés en sus programas radiales?	34
Figura 8. ¿Cree que la radio debe aprovechar eficazmente la tecnología para llegar a su audiencia a través de múltiples plataformas (radio, web, redes sociales)?	35
Figura 9. ¿Prefiere acceder a los contenidos de la radio mediante plataformas digitales? ...	36
Figura 10. ¿Se siente más involucrado con los programas de radio Antena Península cuando puede interactuar a través de redes sociales u otras plataformas digitales	37
Figura 11. ¿Considera que la radio debería ampliar los espacios de participación de la audiencia (llamadas telefónicas, WhatsApp y otros medios) en sus programas?	38

1. INTRODUCCIÓN

A lo largo del periodismo, la radio se ha mantenido en el tiempo como un medio de comunicación más importantes que informan y conectan con la sociedad, a pesar de esto, con el avance de la tecnología y la llegada de las nuevas plataformas digitales, la manera en que las personas consumen información ha cambiado notablemente. Actualmente, las nuevas audiencias buscan contenidos rápidos y cercanos, pero sobre todo confiables. En este contexto, la credibilidad periodística se convierte en un elemento fundamental para mantener la confianza de los oyentes y fortalecer la relación entre el medio y su audiencia.

A nivel internacional, la credibilidad en la radio depende tanto de la información como de la forma en que el locutor se comunica con la audiencia. Por otro lado, a nivel nacional, el periodismo busca informar y generar confianza en el público, esto se evidencia con (Martín et al., 2017), quienes señalan que “la credibilidad en los medios de comunicación, sobre todo en la radio, no solo depende del contenido transmitido, sino de las características del locutor y su forma de comunicarse con la audiencia” (p. 151). Esto revela que las cadenas radiales donde la interacción en redes sociales, mayormente Facebook, llega a ser relativamente nulas. Bajo ese sentido, Chicaiza (2022) explica que “el periodista debe construir sentido social manteniendo la credibilidad, sin formación académica es difícil comprender cómo elaborar información eficaz que abra el debate y fomente la concienciación” (p.24).

Navarro y Portugal (2019) manifiestan que “a pesar de los avances tecnológicos, muchas personas aún prefieren escuchar la radio de manera tradicional, aunque eso genere una disminución progresiva de sus oyentes, mientras que las nuevas formas de difusión están evolucionando para adaptarse a las necesidades de un público que busca contenidos más personalizados” (p. 297). En cuanto al estudio, expone Londoño (2024) que “en los últimos años, la radio, al igual que otros medios de comunicación, se ha visto obligada a trasladarse al entorno digital, enfrentando diversos retos y dificultades para adaptarse a las nuevas dinámicas tecnológicas y a las exigencias de las audiencias actuales” (p. 120). En consecuencia, la radio tradicional sigue siendo valorada por la confianza y cercanía que brinda a los oyentes tanto en medios tradicionales como digitales.

En el contexto actual, la radio Antena Península 91.7 FM enfrenta dificultades para mantener su credibilidad periodística y sobre todo existe constancia de una poca audiencia joven, que según estadísticas fundamentadas de varios estudios indican que la juventud prefiere informarse a través de plataformas digitales y redes sociales. Este tipo de situaciones producen una decaída

dentro del interés y la participación de los oyentes, lo que demuestra que la necesidad de fortalecer estrategias comunicativas más innovadoras y cercanas a las necesidades del público actual. Con respecto a esta problemática, la presente investigación plantea como interrogante lo siguiente: ¿Cómo influye la credibilidad periodística en la confianza, interacción y fidelización de las nuevas audiencias digitales de radio Antena Península?

En relación con lo anterior, el objetivo general de esta investigación se presenta: examinar de qué manera la credibilidad periodística influye en las nuevas audiencias de la radio Antena Península 91.7 FM durante el periodo 2025-2026, considerando su impacto en la confianza, el interés y el consumo de información. Siguiendo esto, los objetivos específicos son: identificar los elementos de la credibilidad periodística que influyen en la percepción de confianza de las nuevas audiencias de radio Antena Península 91.7 FM, analizar la relación entre los hábitos de consumo de contenidos informativos y la percepción de credibilidad periodística de las nuevas audiencias de radio Antena Península 91.7 FM y determinar cómo la credibilidad periodística influye en la confianza y fidelización de las nuevas audiencias de radio Antena Península 91.7 FM.

La relevancia de esta investigación radica en comprender cómo la credibilidad periodística influye en las nuevas audiencias de la radio. Además, permitirá conocer cómo las nuevas formas de comunicación y las plataformas digitales han cambiado la relación entre los oyentes y los medios. Desde una perspectiva social, ayudará a entender el nivel de confianza que las audiencias tienen hacia la información radial y, a nivel institucional, aportará ideas para mejorar los contenidos y fortalecer la relación con los oyentes. En síntesis, esta investigación ayudará a entender cómo la credibilidad periodística influye en las nuevas audiencias de la radio, también cómo este medio busca mantenerse cercano y confiable para el público en medio de los cambios de la era digital. En sí, esto aporta con un nuevo conocimiento en el rubro académico sobre investigaciones sobre el periodismo actual, de modo que amplíe la literatura basada en evidencia empírica en un contexto de poco estudio.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Conocimiento actual

En la actualidad la desinformación se ha convertido en un factor que influye directamente en cómo las personas perciben al periodismo. En relación con ello, Mayoral (2019) tuvo como objetivo estudiar el impacto de la desinformación en la credibilidad de los portales digitales, bajo una revisión documental con hallazgos más conocidos, se observó que la propagación de contenidos desinformativos, reduciendo la confianza de las audiencias. (p. 27). En efecto, se infiere que la credibilidad periodística se debilita cuando el público empieza a dudar de la información que recibe lo que reduce la confianza en los medios de comunicación.

La credibilidad del periodismo puede verse afectada por la manera en que se presenta la información al público. Por esta visión, Guallar et al. (2020) analizaron los instrumentos que influyen en la credibilidad informativa y la metodología plasmada se encontró que fue de análisis documental, se encontró como hallazgo la falta de veracidad que afectan hoy en día al medio. (p. 39). Por eso, se interpreta a la credibilidad periodística como un factor que se ve afectado cuando no hay transparencia ni verificación en la información. En concordancia con esto, el periodismo actual presenta varias falencias, una de ellas es la mezcla de información tanto verídica como falsa, lo que genera división en la comunidad por la percepción que se tiene de los medios.

Debido a estos aspectos, relacionados con la forma en que se construye y transmite la información en los medios, la credibilidad del periodismo se ve directamente influenciada. Acorde a lo mencionado, Metzger y Flanagan (2020) examinaron elementos que intervienen en la credibilidad periodística a través de una revisión teórica, afirmando que una revisión y una buena credibilidad generan confianza a las audiencias. (p. 76). A causa de ello, la credibilidad periodística depende de la calidad y confiabilidad de la información y de quienes la transmiten.

La confianza del público es un elemento importante dentro del periodismo. Bajo esta perspectiva, los medios de comunicación fortalecen su imagen y la confianza del público mediante la difusión constante de información lo que contribuye a mejorar su credibilidad periodística y la de sus periodistas. López Suárez (2019), se estudió la similitud entre la confianza y la credibilidad informativa mediante una revisión documental, manejando un fortalecimiento de la imagen de los medios para generar más relación con los usuarios (p. 78). Como inferencia se corrobora la relación humana y el manejo de cómo revisar errores, para manejar una credibilidad oportuna.

La percepción de la audiencia influye directamente en la credibilidad del periodismo. Desde este contexto, Junco (2022), se mantuvo el objetivo de estudiar la relación de la credibilidad periodística a través de un análisis documental, identificando que el manejo excesivo de errores de revisión genera una desconfianza total. (p. 213). Por eso, la credibilidad periodística depende de la confianza que recibe, ya que la desconfianza puede afectar la percepción y valoración de los medios de comunicación. Bajo este criterio, la audiencia ha mantenido desconfianza hacia muchos portales de información digital y de allí nacen las fake news; por ende, los medios digitales deben corroborar de manera ética la información emitida a la comunidad.

La credibilidad en los medios de comunicación es un aspecto clave en la relación directa con la confianza que las personas depositan en la información que reciben. Tras ello, Mendizábal (2014) estudió el manejo de la credibilidad de los medios a través de un estudio de contexto ecuatoriano, dejando una baja confianza para la audiencia hacia la información difundida (p. 867). Por esta razón, la falta de confianza del público afecta directamente la credibilidad periodística y la percepción de los medios.

Estudió por qué es importante la confianza informativa mediante un estudio de percepción de audiencias, asimilando que las personas generan más afecto a la confiabilidad de la información que la rapidez con la que se difunde (Caicedo Mawyin, 2023, p. 123). Cabe destacar, la credibilidad periodística se fortalece cuando la información es confiable incluso más que cuando se difunde rápidamente. En torno a esta problemática, se infiere que la fidelización existente entre el medio y la audiencia tiene como propósito fortalecer esta relación por medio de un trabajo colaborativo de tratamiento informativo que sea confiable, transparente y de alto impacto.

Se estudió la cercanía que hay entre credibilidad y el manejo de los medios mediante una exploración de la percepción comunicacional, evidenciando cómo la fiabilidad profesional influye en la confianza que generan los medios en la audiencia (Malavé y Catuto, 2025, p. 19). Por este motivo, la credibilidad periodística es esencial porque determina la confianza y la imagen que la audiencia tiene de los medios. Acorde a lo previamente mencionado, la credibilidad se refuerza como un factor fundamental para generar confianza entre medios de comunicación y la audiencia.

Investigó como la verificación de datos es importante porque mediante una observación documental, determinando que este proceso potencia la credibilidad dentro del periodismo digital y reduce los riesgos de fake news (Taco Toapaxi, 2025, p. 37). En criterio propio, la

credibilidad periodística depende directamente de la verificación de los datos, ya que cuando la información es comprobada correctamente se reduce la desinformación y aumenta la confianza del público de los medios.

En la actualidad, la tecnología ha cambiado la forma en que las personas escuchan y consumen contenidos radiales. Sábada et al (2016), en su estudio con metodología documental tuvo el objetivo de analizar las audiencias, el cual concluye que los medios tienen que fortalecer la interacción digital como respuesta al consumo actual (p. 56). En la misma línea del estudio, se define que las nuevas audiencias de la radio buscan contenidos más cercanos e interactivos mediante las plataformas digitales.

Debido a los cambios tecnológicos y al crecimiento de las plataformas digitales, la radio ha buscado nuevas formas de conectar con el público actual. Costa y Prata (2017), al analizar la adaptación de la radio en un entorno digitales por medio de un estudio documental concluyo que los medios incorporan recurso que atraen a nuevas audiencias” (p. 129). Conforme a lo señalado, las nuevas audiencias han desarrollado hábitos de consumo más digital, donde la interacción y la innovación influye en el interés por los contenidos radiales.

Las personas consumen información con rapidez gracias al uso de plataformas y la tecnología. Fonseca y Rico (2024), en su investigación con enfoque de análisis cuantitativo, tuvo como hallazgo que el acceso inmediato a la información a tiempo real es accesible, lo que cumple con el objetivo de estudiar los hábitos de consumo (p. 128). En interpretación a lo expuesto, las audiencias tienden a preferir contenidos ágiles y actualizados, mientras éstos repodan de forma inmediata a sus necesidades informativas. De acuerdo con ello, las nuevas audiencias no solo buscan contenidos informativos o de entretenimiento, sino también acceso inmediato a información actualizada en tiempo real.

A lo largo del tiempo, la radio ha tenido que adaptarse a los cambios en la manera en que las personas consumen contenido. Londoño (2024), al tener como objetivo el analizar la evolución de la radio a través de un estudio documental, concluyó que su prioridad actual es captar y mantener audiencias en espacios físicos y digitales (p. 187). De acuerdo con ello, se infiere que la audiencia interactúa con la radio desde diferentes plataformas y entornos digitales acorde a su forma de consumo.

La radio busca acercarse más a sus oyentes mediante contenidos que se adapten a sus intereses y preferencias. López et al. (2021) buscó analizar la producción de contenidos radiales, esto bajo un estudio de revisión bibliográfica, del cual halló que el medio digital debe de responder

a los intereses de las audiencias para mejorar su sostenibilidad (p. 7). Por lo tanto, se entiende que, en ese sentido, los productores radiales deben crear contenidos que, además de informar, permitan comprender los intereses y las necesidades de la audiencia.

La radio no solo cumple la función de informar, sino también de generar una conexión más cercana con sus oyentes, Por ello, los medios radiales no solo difunden información, también ofrecen experiencias sonoras que influyen en la percepción y participación de la audiencia frente a los contenidos mediáticos Sánchez (2024) estudiaron la influencia de las experiencias sonoras por medio de una estudio de enfoque mixto, en el que se concluyó que estas fortalecen la percepción y al participación de las audiencias (p. 702). A partir de esta premisa, se señala que la audiencia busca contenidos que les permitan sentirse más involucrados e identificados con lo que escuchan.

Las audiencias buscan mantener una comunicación más cercana y participativa con los medios de comunicación, con respecto a esto, el comportamiento de las audiencias está relacionado con interacción, por lo que los medios crean formatos que fomentan la participación y la comunicación directa con el público Tigrero (2023), se analizó el comportamiento de las audiencias a través de una estudio documental en el que tuvo como hallazgo que las interacción favorece al público y la comunicación con el contenido (p. 73). Según lo planteado, se comprende que prefieren espacios donde puedan interactuar y sentirse parte de los contenidos que consumen.

A nivel local, radio Antena Península 91.7 FM ha ganado terreno en el mundo digital, alcanzando cerca de 118.000 seguidores en Facebook, 2.728 en Instagram, 3.520 suscriptores en YouTube, 1.037 seguidores en TikTok y 50 en X. Estos números muestran que la emisora ha logrado llegar a más personas gracias a las distintas plataformas digitales; no obstante, este crecimiento de audiencia también trae consigo el reto de mantener la credibilidad periodística y consolidar la confianza del público, considerando la enorme cantidad de información que circula en los medios digitales. Por esta razón, es importante analizar de qué manera la credibilidad periodística influye en las nuevas audiencias de radio Antena Península 91.7 FM durante el período 2025-2026.

Por el avance de la tecnología, la radio ha tenido que adaptarse a sus formas de comunicación para mantenerse conectada con el público actual. Por este motivo, la radio conserva su esencia tradicional, pero las nuevas preferencias de la audiencia y el avance tecnológico han impulsado el uso de narrativas innovadoras para difundir contenidos informativos. Espinal (2024), tuvo el

objetivo de analizar la adaptación de la radio en el entorno digital por medio de un estudio de análisis documental, bajo ello, obtuvo como hallazgo que las narrativas innovadoras fortalecen el interés de nuevas audiencias (p. 82). Bajo la cita previa, se infiere que las nuevas audiencias se sienten más atraídas por contenidos creativos y adaptados a los entornos digitales.

2.2. Fundamentación teórica

Para comprender la credibilidad periodística se debe de analizar a los medios y su forma de presentar la información al público. De acuerdo con esta premisa, Goffman (1974) en su teoría del encuadre, manifiesta que los medios seleccionan los hechos y su presentación, esto con la finalidad de impactar en la interpretación que se tiene sobre la realidad. Por otro lado, Sampieri (2014) refuta e indica que la credibilidad periodística depende de varios factores que intervienen en la construcción de la opinión pública entre las audiencias. Independientemente de ello, ambos autores consideran que a la forma en la que se muestra el producto, en este caso la información noticiosa, mantiene un papel que moldea la opinión y percepciones de las audiencias acerca de acontecimientos.

No obstante, Goffman tiende a inclinarse por su propuesta en los marcos utilizados por los medios para organizar y presentar la información, fuera de lo expuesto por Sampieri, quien explica este proceso desde una perspectiva más amplia de las teorías de la comunicación. Son estas diferencias las que permiten comprender que la credibilidad periodística depende de la veracidad de los hechos y del tratamiento informativo y del enfoque utilizado para comunicarlos. En consecuencia, la forma en que se presenta una noticia puede fortalecer o debilitar la confianza que las audiencias sobre la información que receptan, por tanto, es realmente necesario comprender como funciona la noticia, como se presenta el contenido y bajo que intención se emite.

Acorde a este planteamiento, la investigación toma la teoría del framing como la principal para darle enfoque al estudio, puesto que permite analizar cómo radio Antena Península 91.7 FM presenta y organiza la información dirigida a las nuevas audiencias. Desde esta perspectiva, el estudio considera que el tratamiento periodístico es influenciado en la percepción de credibilidad, confianza e interés de los oyentes, aspectos fundamentales para comprender la incidencia de la credibilidad periodística en las nuevas audiencias durante el período 2025-2026.

2.3. Fundamentación conceptual

2.3.1. Credibilidad periodística

La credibilidad periodística es uno de los fundamentos que sostiene la relación entre los medios de comunicación y su audiencia, Por lo tanto, la credibilidad del periodista se sostiene en la precisión de los datos y la confianza de sus fuentes, por lo que verifica que estas ofrezcan información segura y es fundamental para poder cumplir con las exigencias del oficio (Wintterlin & Blöbaum, 2016, p. 263). Es decir, la confianza del público no se gana solo con hablar bien, sino con trabajar bien porque en la radio cada dato y cada fuente influye en cómo los oyentes perciben la información.

2.3.2. Imparcialidad

La imparcialidad es una de las cualidades más valiosas dentro de los medios porque permite que la audiencia sienta que la información llega sin favoritismo ni intereses ocultos. Por eso, la imparcialidad es un elemento clave que cumpla una función social esencial, porque mediante la exposición y narración de los hechos los periodistas brindan información que permite a la audiencia construir sus propias opiniones sobre lo que ocurre (García Arango, 2022, p. 76). A partir de lo mencionado, la imparcialidad aporta a la credibilidad periodística porque permite que la audiencia perciba la información como equilibrada y sin favoritismo, fortaleciendo la confianza en el medio.

2.3.3. Precisión

En el ámbito periodístico, la precisión es mucho más que un requisito técnico porque es la garantía de que las personas recibirán información clara y correcta. Dicho esta premisa, la precisión periodística garantiza que la información se comunique con claridad y exacta, lo cual es fundamental para preservar la integridad y la credibilidad de los medios (Cruz y García, 2024, p. 289). Según lo expuesto, la precisión tiene como finalidad el fortalecer la credibilidad periodística al asegurar que la información sea clara coherente y hasta correcta, lo que genera mayor confianza y seguridad en la audiencia.

2.3.4. Autoridad de la fuente

La autoridad de la fuente es un concepto de alta relevancia dentro del ámbito periodístico, ayuda al público a distinguir qué información proviene de voces realmente confiables, porque cuando un medio demuestra su amplia trayectoria, conocimiento y responsabilidad, su palabra tiene mayor alcance y genera más seguridad para quienes lo escuchan. Por esta razón, la autoridad

de la fuente se reconoce cuando otros medios la replican con frecuencia, lo cual es señal de su confiabilidad. Esta relevancia se mide mediante un puntaje que refleja su influencia en un tema específico (Azzalini et al., 2019, p. 367). De acuerdo con lo señalado, la autoridad de la fuente influye en la credibilidad periodística porque la experiencia y reconocimiento del medio aumentan la confianza del público en la información difundida.

2.3.5. Nuevas audiencias

Las nuevas tecnologías han cambiado la manera en que las audiencias se relacionan con los medios de comunicación. Las personas no solo consumen contenidos, sino que también buscan participar e interactuar dentro de los espacios digitales. Desde este contexto, las audiencias han pasado de ser únicamente receptoras de información a participar activamente en la creación e intercambio de contenidos (Barrios, 2013, p. 32). A partir de ello, las nuevas audiencias prefieren participar e interactuar con los contenidos, sintiéndose más conectadas con las emisoras a través de los espacios digitales.

2.3.6. Consumo digital

En la actualidad, la forma de escuchar la radio ha evolucionado y se han adaptado a los entornos digitales. Las personas buscan mayor facilidad e inmediatez para acceder a los contenidos desde cualquier lugar y momento. Gracias a esto, la radio digital ha transformado las formas tradicionales de escucha, permitiendo que las audiencias consumen contenidos desde distintas plataformas y dispositivos móviles según sus necesidades y horarios (García, 2012, p. 28). A partir de este planteamiento, el consumo digital influye en las nuevas audiencias porque facilita el acceso a contenidos radiales según sus necesidades y hábitos de escucha.

2.3.7. Interacción con el medio

La relación entre la radio y las audiencias ha cambiado de manera significativa. Actualmente las personas no se limitan a la escucha de contenidos, pues han adquirido nuevos enfoques, es decir, buscan participar, comentar e interactuar con los medios a través de espacios digitales y redes sociales. Siguiendo este planteamiento, la evolución de la radio digital ha fortalecido la interacción entre los medios y las audiencias permitiendo una comunicación más participativa mediante plataformas y entornos digitales (García González, 2012, p. 98). Por lo tanto, la interacción con el medio fortalece a las nuevas audiencias al permitir una participación más activa y cercana con la radio.

2.3.8. Fidelización de la audiencia

La radio busca mantenerse cerca a sus oyentes a través de los espacios digitales, creando contenidos y formas de interacción que llamen la atención del público, permitiendo que las audiencias se sientan más identificadas y mantengan un mayor interés por los contenidos radiales. Desde esta perspectiva, la adaptación de la radio a los entornos digitales permite fortalecer la relación con las audiencias y generar mayor permanencia e identificación con los contenidos mediáticos (Martínez y Prata, 2017, p. 78). De este modo, la fidelización fortalece a las nuevas audiencias porque genera mayor identificación e interés por los contenidos radiales.

3. METODOLOGÍA

3.1. Paradigma

En este estudio se adoptó el paradigma pragmático, permitiendo abordar el problema de esta investigación desde una perspectiva flexible e integral, favoreciendo la utilización de diferentes estrategias para comprender el fenómeno investigado. Se justifica el por qué es pragmático por la forma en como busca entender en como la credibilidad periodística maneja métodos diferentes para una relación entre el medio y las audiencias modernas, además, busca en como generar evidencias positivas hacia la investigación.

La investigación se dirige hacia el paradigma pragmático, ya que este permite usar distintos métodos de acuerdo con lo que el problema de estudio requiera. Este paradigma resulta adecuado porque busca entender cómo incide la credibilidad periodística, donde se hace énfasis en los datos objetivos como las percepciones de las nuevas audiencias. Además, da acceso a que se combine distintos enfoques para lograr una visión más completa de la relación entre radio Antena Península 91.7 FM y su público.

El pragmatismo se enfoca en la resolución de problemas y en la utilidad práctica del conocimiento, de forma que se busca priorizar a aquello que funciona para comprender un fenómeno y empleando diversos enfoques de investigación según las necesidades del estudio (Creswell, 2014, p. 21). Haciendo hincapié a lo anteriormente explicado, el paradigma pragmático nos posibilita a generar resultados que sean útiles para la comprensión de la relación entre la credibilidad periodística y las nuevas audiencias, aportando información relevante para el fortalecimiento del vínculo entre la emisora y su audiencia.

3.2. Enfoque de investigación

La presente investigación se desarrolla bajo un enfoque mixto, este método resulta adecuado porque permitirá analizar la incidencia de la credibilidad periodística en las nuevas audiencias de la radio a partir de datos obtenidos mediante instrumentos de investigación y de la interpretación de las percepciones de los participantes.

Se conoce a los métodos mixtos por ser un enfoque que combina estrategias cuantitativas y cualitativas mediante un proceso ordenado y analítico con el propósito de integrar resultados para obtener interpretaciones más amplias y una comprensión profunda del objeto de estudio (Sampieri y Mendoza, 2008, p. 87). Por lo tanto, este enfoque ayudará a conocer mejor el

comportamiento de las nuevas audiencias de la radio, permitiendo identificar los aspectos que influyen en su interés, participación y relación con los contenidos periodísticos que consumen.

3.3. Tipo o alcance de investigación

Este estudio presenta un alcance no experimental y explicativo, debido a que pretende analizar la relación entre las variables y explicar la incidencia de la credibilidad periodística en las nuevas audiencias de la radio. Los estudios no experimentales buscan identificar consiste en observar los fenómenos en su contexto natural, sin buscar intervenir en ellos con el fin de describirlos o analizar la relación entre las variables (Sampieri, 2014, p. 356). En consecuencia, los estudios explicativos buscan identificar las causas que originan fenómenos o acontecimientos sociales y físicos, superando la simple descripción de hechos o la relación entre variables (Sampieri, 2014, p. 365).

Estos alcances de investigación aportan al desarrollo del estudio, ya que permiten analizar la relación entre la credibilidad periodística y las nuevas audiencias de la radio, además de comprender cómo esta incide en la forma en que los oyentes se vinculan con el medio.

3.4. Diseño de investigación

El diseño de investigación empleado fue no experimental y transversal, porque se centra en analizar las variables tal como ocurren en la realidad, sin intervenir en ellas. La investigación no experimental tiene el objetivo de observar y analizar los fenómenos tal como ocurren en su contexto natural, sin intervenir ni modificar deliberadamente las variables involucradas (Sampieri, 2014, p. 301). Por ende, este diseño de investigación aporta al desarrollo del estudio porque permite analizar la realidad de las nuevas audiencias de la radio y la percepción que tienen sobre la credibilidad periodística, observando el fenómeno tal como ocurre en su entorno cotidiano.

3.5. Métodos

En esta investigación se utilizará el método analítico-sintético porque permite estudiar por separado los elementos que intervienen en la credibilidad periodística y en las nuevas audiencias de la radio, con el fin de comprender la relación existente entre ambas variables.

El método analítico-sintético permite estudiar un fenómeno mediante el análisis de sus elementos por separado y, posteriormente, integrar los resultados para obtener una comprensión general de sus causas, características y efectos (Méndez, 2001, p. 56). Por eso, este método enriquece el estudio, ya que facilita la interpretación de los resultados obtenidos y permite

comprender los aspectos que influyen en la relación entre las nuevas audiencias y los contenidos periodísticos difundidos por la emisora.

3.5.1. Técnicas

Para el desarrollo de esta investigación se emplearán la encuesta y la entrevista como técnicas de recolección de datos, permitiendo analizar de manera amplia la incidencia de la credibilidad periodística en las nuevas audiencias de radio Antena Península 91.7 FM durante el período 2025-2026, desde un enfoque mixto. La encuesta estará orientada a los oyentes y nuevas audiencias de la emisora, a través de cuestionarios estructurados que facilitarán la obtención de datos medibles relacionados con sus percepciones, formas de consumo radial y niveles de confianza en la información difundida. Acorde a esto, la entrevista será aplicada a directivos, periodistas y personal vinculado con la radio, con el propósito de conocer sus experiencias, criterios y perspectivas respecto a las estrategias comunicacionales y al fortalecimiento de la credibilidad frente a la audiencia. En sí, estas técnicas dan acceso para que se pueda integrar correctamente la información cuantitativa y cualitativa, favoreciendo una comprensión más profunda del fenómeno estudiado y aportando al cumplimiento de los objetivos de la investigación.

3.5.2. Instrumentos

Los instrumentos de recolección de datos se conforman con un cuestionario estructurado y una guía de entrevista, ambos instrumentos están diseñados con el fin de obtener información precisa y pertinente. Por otra parte, el cuestionario estará conformado por varias preguntas cerradas con escala de medición tipo Likert, permitiendo recopilar datos cuantificables sobre percepciones y opiniones de los participantes. Por su parte, la guía de entrevista facilitará la obtención de información cualitativa mediante preguntas orientadoras que aportarán al análisis del estudio. Esta validación del instrumento se dará a cabo mediante un juicio de experto, los cuales son profesionales con conocimientos relacionados con la comunicación, de manera que verificarán la claridad, coherencia y relación con las variables del estudio.

3.5.3. Población

La delimitación del universo del estudio responde a los criterios establecidos en la investigación y a la necesidad de identificar a los sujetos vinculados con el contexto comunicacional analizado. Bajo esta línea, el grupo poblacional está integrado por habitantes del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, particularmente aquellos relacionados con el consumo de

contenidos radiales y medios informativos locales. La participación de este colectivo resulta relevante debido a que sus experiencias y percepciones permiten aportar información significativa para el desarrollo del estudio. Al respecto, cabe mencionar que, Según los registros del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), el cantón La Libertad supera los 112.247 habitantes, constituyendo un referente demográfico importante para el proceso investigativo.

3.5.4. Muestra

La muestra quedó conformada por 100 participantes de las nuevas audiencias de radio Antena Península 91.7 FM. Se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, ya que los participantes se eligieron según su accesibilidad, disponibilidad y relación con el fenómeno estudiado. Además, este muestreo es realmente pertinente para la investigación, dado a que no existe un registro completo de todas las personas que consumen contenidos de la radio, siendo que, bajo ese caso, se optó por participantes que cumplieran con las características requeridas para analizar la credibilidad periodística y su influencia en las nuevas audiencias. Asimismo, permite recolectar información de forma práctica, tomando en cuenta las condiciones de acceso al público objetivo y los recursos disponibles para el desarrollo del estudio.

En concordancia, la recolección de datos se encuentra orientada a los habitantes y oyentes del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, esto mediante la aplicación de instrumentos de investigación que permitan obtener información que este fuertemente ligada con sus percepciones, niveles de confianza y formas de consumo informativo. Del mismo modo, el desarrollo del trabajo de campo se prevé la aplicación aproximada de 100 encuestas, garantizando la obtención de información relevante y experiencias locales que fortalezcan el análisis del fenómeno investigado.

3.5.5. Procedimiento

Para cumplir con el objetivo planteado de esta investigación se busca realizar de manera sistemática la búsqueda de datos por medio de un proceso organizado que permite obtener información confiable y relevante para el estudio. De la misma manera, se busca diseñar y revisar los instrumentos de recolección de datos y, al mismo tiempo, informar a los participantes sobre los objetivos de la investigación y solicitar sus consentimientos para participar para que el estudio siga los márgenes éticos. Siguiendo, se coordinarán las actividades necesarias para garantizar una adecuada aplicación efectiva de los involucrados.

En efecto, se desarrollará el trabajo de campo mediante la aplicación de encuestas estructuradas a una muestra de 100 habitantes y oyentes del cantón La Libertad, así como entrevistas dirigidas a personas vinculadas con el ámbito comunicacional. Una vez recopilada la información, los datos serán organizados y analizados de acuerdo con el enfoque mixto de la investigación. Por último, los resultados obtenidos serán interpretados y presentados de manera sistemática, lo que da la posibilidad de alcanzar los objetivos planteados y comprender el fenómeno estudiado de forma profunda y requerida.

4. RESULTADOS

A continuación, se presentan el análisis de los resultados obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos de recolección de datos, tanto cuantitativos como cualitativos.

4.1. Análisis cuantitativo: La encuesta

Se exponen los resultados de las encuestas realizadas a 100 personas que forman parte de la audiencia de radio Antena Península 91.7 FM.

Tabla 1. ¿Es usted oyente de radio Antena Península 91.7 FM?

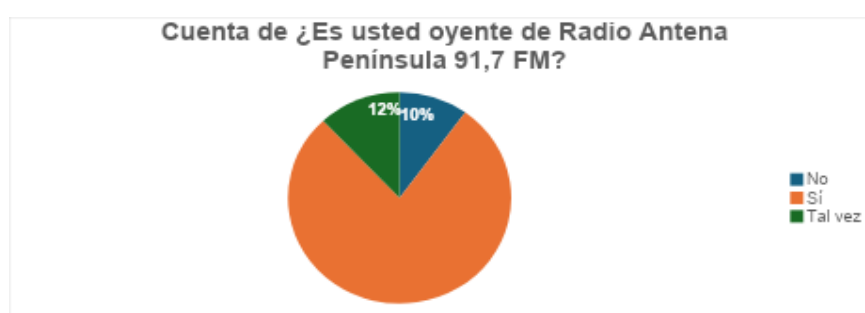
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	78	78%
No	10	10%
Tal vez	12	12%
Total	100	100%

Fuente: Resultados obtenidos mediante Google Forms (2026)

Elaborado por: Paola González y Adrián Lindao

Fecha: 28 de junio 2026

Figura 1. ¿Es usted oyente de radio Antena Península 91.7 FM?



Fuente: Resultados obtenidos mediante Google Forms (2026)

Elaborado por: Paola González y Adrián Lindao

Fecha: 28 de junio 2026

Los datos obtenidos evidencian que el 78% de los encuestados respondió “sí”, seguido del 12% perteneciente al “Tal vez” y, finalmente, el 10% del “no”. Esto evidencia que un gran índice de los participantes sí conocen la emisora, más no son oyentes fieles. De igual forma, esto concuerda con Martínez y Prata (2017) que exponen que la fidelización depende de la identificación con las audiencias, por lo que la emisora debe de fortalecer la estrategia para aumentar el interés.

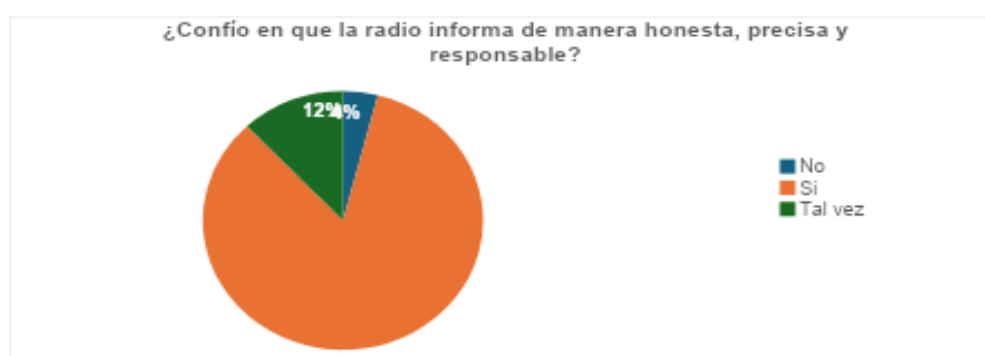
Tabla 2. ¿Confía en que la radio informa de manera honesta, precisa y responsable?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	84	84%
No	4	4%
Tal vez	12	12%
Total	100	100%

Fuente: Resultados obtenidos mediante Google Forms (2026)
Elaborado por: Paola González y Adrián Lindao

Fecha: 28 de junio 2026

Figura 2. ¿Confía en que la radio informa de manera honesta, precisa y responsable?



Fuente: Resultados obtenidos mediante Google Forms (2026)
Elaborado por: Paola González y Adrián Lindao

Fecha: 28 de junio 2026

Los datos obtenidos muestran que el 84% de “sí”, siguiente del 12% por “tal vez” y el 4% del “no”, esto demuestra que los encuestados se sienten seguros con compartir información propagada por la emisora, esto refleja que si hay confianza con los contenidos. En sí, este resultado coincide con Metzger y Flanagin (2020), quienes explican que la credibilidad favorece a la aceptación de los contenidos. Sin embargo, las respuestas “tal vez” muestran que hay dudas con respecto a ello.

Tabla 3. ¿Se siente seguro(a) de compartir la información que escucha en radio Antena Península con otras personas?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	72	72%
No	4	4%
Tal vez	24	24%
Total	100	100%

Fuente: Resultados obtenidos mediante Google Forms (2026)
Elaborado por: Paola González y Adrián Lindao

Fecha: 28 de junio 2026

Figura 3. ¿Se siente seguro(a) de compartir la información que escucha en radio Antena Península con otras personas?



Fuente: Resultados obtenidos mediante Google Forms (2026)
Elaborado por: Paola González y Adrián Lindao

Fecha: 28 de junio 2026

Los datos obtenidos muestran que el 72% corresponde al “sí”, el 24% corresponde a “tal vez” y, finalmente el 4% del “no”, lo que demuestra que la mayoría de los encuestados se sienten seguros al compartir la información que es difundida por los medios. En concordancia a esto, Metzger y Flanagin (2020) señalan que la credibilidad posibilita una mayor aceptación y difusión de la información.

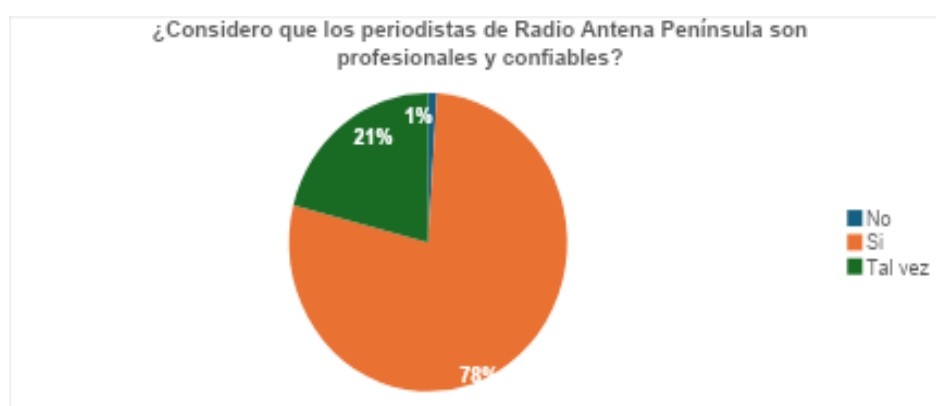
Tabla 4. ¿Considera que los periodistas de radio Antena Península son profesionales y confiables?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	78	78%
No	1	1%
Tal vez	21	21%
Total	100	100%

Fuente: Resultados obtenidos mediante Google Forms (2026)
Elaborado por: Paola González y Adrián Lindao

Fecha: 28 de junio 2026

Figura 4. ¿Considera que los periodistas de radio Antena Península son profesionales y confiables?



Fuente: Resultados obtenidos mediante Google Forms (2026)
Elaborado por: Paola González y Adrián Lindao

Fecha: 28 de junio 2026

Los datos obtenidos muestran que el 78% responde a “sí”, siguiente el 21% corresponde a “tal vez” y el 1% del “no”, esto manifiesta que los participantes consideran que los periodistas actúan con responsabilidad y profesionalismo, lo que genera confianza a la audiencia. Este hallazgo se ajusta con Kovach y Rosenstiel (2021) que indica que la ética y la responsabilidad fortalece la credibilidad periodística, no obstante, una parte de los encuestados mantienen una percepción indecisa.

Tabla 5. ¿Cree que la radio transmite noticias imparciales, sin favorecer a ningún grupo o interés?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	64	64%
No	8	8%
Tal vez	28	28%
Total	100	100%

Fuente: Resultados obtenidos mediante Google Forms (2026)
Elaborado por: Paola González y Adrián Lindao

Fecha: 28 de junio 2026

Figura 5. ¿Cree que la radio transmite noticias imparciales, sin favorecer a ningún grupo o interés?



Fuente: Resultados obtenidos mediante Google Forms (2026)
Elaborado por: Paola González y Adrián Lindao

Fecha: 28 de junio 2026

Los datos obtenidos revelan que un 64% de los encuestados responde que “sí”, de forma que se entiende que la mayoría cree que radio Antena Península transmite noticias de forma objetiva, sin favorecer a ningún grupo o interés. Sin embargo, el 28% se inclinó por “tal vez”, reflejando dudas sobre la objetividad de la información brindada, Por otro lado, el 8% afirmó que “no”, evidenciando que cree que la radio transmite noticias objetivas.

Tabla 6. ¿Cree que los contenidos informativos difundidos por radio Antena Península son verificados y confiables?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	75	75%
No	2	2%
Tal vez	23	23%
Total	100	100%

Fuente: Resultados obtenidos mediante Google Forms (2026)
Elaborado por: Paola González y Adrián Lindao

Fecha: 28 de junio 2026

Figura 6. ¿Cree que los contenidos informativos difundidos por radio Antena Península son verificados y confiables?



Fuente: Resultados obtenidos mediante Google Forms (2026)
Elaborado por: Paola González y Adrián Lindao

Fecha: 28 de junio 2026

Los datos obtenidos muestran que el 75% responde a “sí”, mientras que el 23% es “tal vez”, finalmente “2%” concuerdan en “no”, esto radica que la información difundida por la emisora es verificada desde un momento previo, lo cual coincide con Metzger y Flanagin (2020), quienes indican que la verificación constituye a un factor principal para generar la credibilidad ante la sociedad. Independientemente de ello, aún existe una clara desconfianza por parte de un grado menor.

Tabla 7. *¿Considera que la interacción con la audiencia es una parte importante de la estrategia de radio Antena Península para mantener el interés en sus programas radiales?*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	80	80%
No	4	4%
Tal vez	16	16%
Total	100	100%

Fuente: Resultados obtenidos mediante Google Forms (2026)
Elaborado por: Paola González y Adrián Lindao

Fecha: 28 de junio 2026

Figura 7. *¿Considera que la interacción con la audiencia es una parte importante de la estrategia de radio Antena Península para mantener el interés en sus programas radiales?*



radiales?

Fuente: Resultados obtenidos mediante Google Forms (2026)
Elaborado por: Paola González y Adrián Lindao

Fecha: 28 de junio 2026

Los datos obtenidos se observan que el 80% responde a “sí”, mientras que el “16” indican a “tal vez”, finalmente el 4% es “no”, esto evidencia que la mayoría acepta la importancia de la interacción para mantener el interés por parte de la audiencia. Este resultado corresponde con García (2023) que indica que la participación fortalece la relación entre los medios y el público, por lo tanto, en este caso, la emisora promueve espacios de comunicación con sus oyentes.

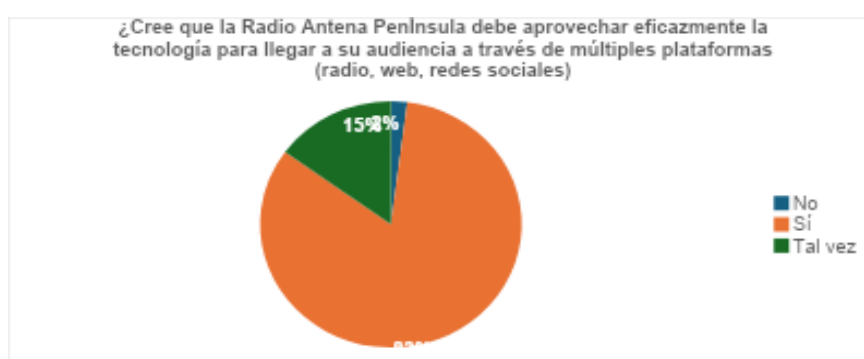
Tabla 8. ¿Cree que la radio debe aprovechar eficazmente la tecnología para llegar a su audiencia a través de múltiples plataformas (radio, web, redes sociales)?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	83	83%
No	2	2%
Tal vez	15	15%
Total	100	100%

Fuente: Resultados obtenidos mediante Google Forms (2026)
Elaborado por: Paola González y Adrián Lindao

Fecha: 28 de junio 2026

Figura 8. ¿Cree que la radio debe aprovechar eficazmente la tecnología para llegar a su audiencia a través de múltiples plataformas (radio, web, redes sociales)?



Fuente: Resultados obtenidos mediante Google Forms (2026)
Elaborado por: Paola González y Adrián Lindao

Fecha: 28 de junio 2026

Los resultados reflejan que el 83% corresponde a “sí”, seguido del 15% a “tal vez”, después se encuentra el 2% que refleja el “no”, lo cual este predominio responde a que la audiencia considera relevante la presencia de la emisora en las diversas plataformas. En su parte, este resultado coincide por lo mencionado con Martínez y Prata (2017), las cuales indican que la adaptación digital fortalece la relación con las audiencias en la era mediática digital.

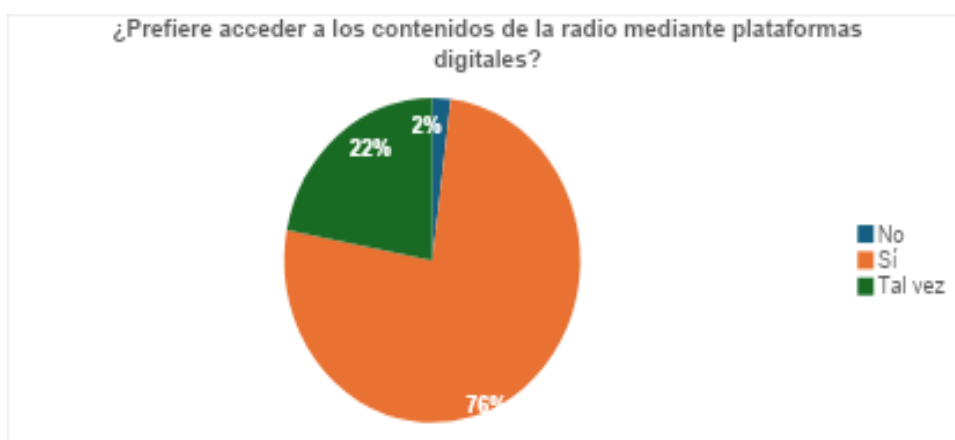
Tabla 9. *¿Prefiere acceder a los contenidos de la radio mediante plataformas digitales?*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	76	76%
No	2	2%
Tal vez	22	22%
Total	100	100%

Fuente: Resultados obtenidos mediante Google Forms (2026)
Elaborado por: Paola González y Adrián Lindao

Fecha: 28 de junio 2026

Figura 9. *¿Prefiere acceder a los contenidos de la radio mediante plataformas digitales?*



Fuente: Resultados obtenidos mediante Google Forms (2026)
Elaborado por: Paola González y Adrián Lindao

Fecha: 28 de junio 2026

Los resultados derivan de la siguiente manera, 76% con “sí”, el 22% con “tal vez” y el 2% con “no”, esto refleja que la mayoría de participantes prefieren acceso a contenidos radiales durante los hábitos de consumo, lo que define a este resultado como un planteamiento del consumo digital, en donde las audiencias buscan contenidos accesibles acorde a las necesidades. Con respecto a ello, esto evidencia claramente la importancia de fortalecer la presencia digital de la emisora.

Tabla 10. *¿Se siente más involucrado con los programas de radio Antena Península cuando puede interactuar a través de redes sociales u otras plataformas digitales?*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	70	70%
No	2	2%
Tal vez	28	28%
Total	100	100%

Fuente: Resultados obtenidos mediante Google Forms (2026)
Elaborado por: Paola González y Adrián Lindao

Fecha: 28 de junio 2026

Figura 10. *¿Se siente más involucrado con los programas de radio Antena Península cuando puede interactuar a través de redes sociales u otras plataformas digitales?*



Fuente: Resultados obtenidos mediante Google Forms (2026)
Elaborado por: Paola González y Adrián Lindao

Fecha: 28 de junio 2026

Los resultados revelan que el 70% responde a “sí”, mientras que el 28% corresponde a “tal vez” y, el 2% encaja a “no”, lo que indica que la interacción a través de las plataformas digitales incrementa el rasgo de involucramiento que tiene la audiencia con los programas radiales, es este hallazgo lo que coincide con García (2023), quien sostiene fielmente que los entornos digitales favorecen a una comunicación más participativa, pero ciertos participantes no perciben esto como un beneficio pleno.

Tabla 11. *¿Considera que la radio debería ampliar los espacios de participación de la audiencia (llamadas telefónicas, WhatsApp y otros medios) en sus programas?*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	85	85%
No	2	2%
Tal vez	13	13%
Total	100	100%

Fuente: Resultados obtenidos mediante Google Forms (2026)
Elaborado por: Paola González y Adrián Lindao

Fecha: 28 de junio 2026

Figura 11. *¿Considera que la radio debería ampliar los espacios de participación de la audiencia (llamadas telefónicas, WhatsApp y otros medios) en sus programas?*



Fuente: Resultados obtenidos mediante Google Forms (2026)
Elaborado por: Paola González y Adrián Lindao

Fecha: 28 de junio 2026

En los resultados se aprecia que el 85% responde a “sí”, mientras que el 13% corresponde a “tal vez” y, 2% a “no”, lo que indica que es necesario ampliar espacios para fortalecer la comunicación y la participación de las audiencias, esto coincide con García (2023), puesto que afirma que la interacción favorece a una relación cercana con los medios y los públicos. Bajo ello, se entiende que es importante implementar los espacios participativos contribuiría a una mejora en el vínculo entre emisora y oyente.

4.2. Análisis cuantitativo: Correlación de Spearman

Tabla 12. Correlación de Spearman

<i>Correlación de Spearman</i>			
		<i>Credibilidad periodística</i>	<i>Nuevas audiencias</i>
<i>Credibilidad periodística</i>	Coeficiente de correlación	1.000	0.571**
	Sig. (bilateral)	.	0.000
	N	100	100
<i>Nuevas audiencias</i>	Coeficiente de correlación	0.571**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	.
	N	100	100

Elaborado por: Paola González y Adrián Lindao

Fecha: 07 de julio 2026

Como análisis e interpretación de la tabla Spearman, se demuestra un coeficiente de Spearman de $\rho = 0,571$ y $p = 0,000$ ($p < 0,01$), basándose en una muestra de 100 encuestados, se acepta la hipótesis de investigación, lo cual evidencia una correlación positiva moderada-considerable entre la credibilidad periodística y las nuevas audiencias de la radio Antena Península 91.7 FM. En palabras sencillas, a mayor percepción de honestidad, imparcialidad y verificación de contenidos, mayor es el interés y la interacción de los oyentes. Este hallazgo confirma que la credibilidad es un factor determinante en la fidelización de la audiencia y, además, coincide con lo señalado en el marco teórico y en las entrevistas realizadas a los profesionales de la emisora.

4.3. Análisis de contenido

Tabla 13. Análisis de contenido

Días de análisis	Nombre del programa	Panorama Informa				
Matutino	Horario de programación	Dimensión	Criterio	Si	No	Observación
02/12/2025	Matutino (07:00–09:00)	Veracidad de la información	La noticia presenta información verificable y sustentada en fuentes oficiales.	X		Se mencionan fuentes institucionales y datos comprobables.
05/12/2025	Matutino (07:00–09:00)	Veracidad de la información	Se evita difundir rumores o información sin confirmar.		X	Se comentó un hecho sin precisar el origen de la información.
09/12/2025	Matutino (07:00–09:00)	Objetividad	El conductor presenta la noticia sin emitir opiniones personales.	X		La información se expuso con lenguaje neutral.
12/12/2025	Matutino (07:00–09:00)	Calidad informativa	Existe equilibrio entre diferentes puntos de vista sobre el tema tratado.		X	Solo se presentó la versión de una de las partes involucradas.
16/12/2025	Matutino (07:00–09:00)	Calidad informativa	La noticia proporciona contexto suficiente para comprender el hecho.	X		Se explicaron antecedentes y consecuencias del acontecimiento.
20/12/2025	Matutino (07:00–09:00)	Calidad informativa	La información es clara y	X		El lenguaje utilizado fue sencillo y preciso.

			comprensible para la audiencia.			
06/01/2026	Matutino (07:00–09:00)	Transparencia	Se identifica claramente la fuente de la información.	X		Se citó a la institución y al portavoz correspondiente.
10/01/2026	Matutino (07:00–09:00)	Transparencia	Se diferencian claramente los hechos de las opiniones.		X	En algunos segmentos se mezcló el comentario del conductor con la noticia.
15/01/2026	Matutino (07:00–09:00)	Credibilidad periodística	La información transmitida genera confianza por su consistencia y precisión.	X		Los datos coincidieron con otras fuentes informativas consultadas.
22/01/2026	Matutino (07:00–09:00)	Credibilidad periodística	Se corrigen o aclaran errores cuando es necesario.		X	No se realizó aclaración sobre una información previamente difundida.

Elaborado por: Paola González y Adrián Lindao

Fecha: 07 de julio 2026

4.4. Análisis cualitativo: La entrevista

Se presentan los resultados obtenidos mediante las entrevistas realizadas a los expertos que tienen vínculo con radio Antena Península 91.7 FM. La información recopilada permitió conocer las opiniones y experiencias sobre la credibilidad periodística, las nuevas audiencias y las estrategias que la emisora implementa para fortalecer la confianza y mantener una relación cercana con sus oyentes.

Tabla 14. Entrevista 1

Entrevistado: Washington Oswaldo Dután
Cargo: Periodista profesional con más de 25 años de experiencia en radio.
Especialidad: Radio y locución
Entrevistador: Paola González – Adrián Lindao

Variables	Pregunta	Respuesta	Observación
Variable independiente: Credibilidad periodística	¿Cómo define usted la credibilidad periodística en el contexto de los medios radiales?	La credibilidad periodística es la confianza que los oyentes depositan en un medio radial, cuando este demuestra trayectoria, transparencia, ética profesional y ofrece información verificada y confiable.	Destaca la confianza, la ética, la transparencia y la verificación de datos como pilares de la credibilidad.
	¿Qué acciones concretas realiza para generar confianza en la audiencia?	Aplicar protocolos de verificación de fuentes, actuar con transparencia en la obtención de la información, respetar los códigos de ética, corregir errores cuando ocurren y declarar posibles conflictos de interés para evitar sesgos.	Resalta la verificación de fuentes y el cumplimiento de principios éticos para garantizar la credibilidad.
	¿Cree que la credibilidad del medio influyente en la fidelidad de los oyentes? ¿De qué manera?	Si un medio que verifica y contrasta la información genera confianza, fortalece su reputación y logra que los oyentes mantengan su fidelidad, evitando la desinformación.	Demuestra que la verificación de la información contribuye a fortalecer la credibilidad del medio.
	¿Ha recibido retroalimentación de la audiencia sobre la confiabilidad de la información?	Si la retroalimentación se recibe principalmente a través de comentarios en redes sociales, llamadas telefónicas o comunicaciones directas, la cuales permiten aclarar, rectificar o ampliar la información cuando es necesaria.	Propone mantener una comunicación constante con la audiencia para aclarar, corregir y complementar la información cuando sea necesario.
	¿Qué estrategias recomienda para mantener o mejorar la credibilidad de los contenidos?	Mantener la transparencia en la divulgación de las fuentes, aplicar procesos rigurosos de verificación de la información, capacitarse constantemente mediante talleres y seminarios, y fortalecer la alfabetización digital para identificar noticias falsas y el uso indebido de la inteligencia artificial en la desinformación.	Enfatiza la capacitación constante y la alfabetización digital como herramientas para identificar noticias falsas y el uso inadecuado de la inteligencia artificial.

¿Cómo define la credibilidad periodística en el entorno de convergencia mediática actual?	Considero preocupante, debido a que cualquier persona puede difundir información y autodenominarse medio de comunicación sin cumplir estándares periodísticos, lo que incrementa la desinformación y dificulta distinguir las fuentes confiables.	Plantea que la falta de estándares periodístico facilita la propagación de información poco confiable.
¿Qué protocolos técnicos y éticos aplica la emisora para garantizar la veracidad y transparencia de la información?	Los medios deben regirse por códigos deontológicos, la constitución, la ley orgánica de comunicación y la ley del ejercicio profesional de periodista, aplicando procedimientos de verificación y principios éticos que garanticen una información veraz y transparencia.	Enfatiza el cumplimiento ético, legales y de verificación para fortalecer la credibilidad informativa.
¿Cómo impactan la desinformación en la percepción de los oyentes frente a la radio tradicional?	La desinformación genera desconfianza en la audiencia. Por ello, la radio tradicional debe verificar, contrastar y confirmar la información antes de difundirla, para mantener su credibilidad y diferenciarse de quienes difunden contenidos sin verificar.	Evidencia que la verificación y confirmación de la información son esenciales para conservar la credibilidad del medio.
¿De qué manera la ética profesional y la experiencia del equipo inciden en la construcción de confianza con la audiencia?	La ética profesional fortalece la confianza mediante el cumplimiento de códigos de conducta, la corrección de errores, la transparencia frente a posibles conflictos de interés y la consolidación de la reputación del medio.	Refleja que la práctica ética del periodismo, junto con la honestidad y la corrección de fallos, ayuda a fortalecer la imagen y confianza del medio.
¿Cuáles son los principales retos que enfrenta la radio para sostener su credibilidad frente a los hábitos de consumo de los jóvenes?	Adaptarse a las nuevas generaciones, innovar en los formatos de contenidos, incorporar podcast y redes sociales, producir contenido audiovisual y desarrollar nuevos modelos de sostenibilidad sin perder la calidad y credibilidad informativa.	Refuerza la innovación y la adaptación digital como estrategias para fortalecer la relación con las nuevas audiencias.

Elaborado por: Paola González y Adrián Lindao

Fecha: 23 de junio 2026

Tabla 15. Entrevista 2

Entrevistado: Carlos Pin Cargo: Especialista en marketing digital con más de 14 años de experiencia. Especialidad: Marketing digital Entrevistador: Paola González – Adrián Lindao			
Variables	Pregunta	Respuesta	Observación
Variable dependiente: Nuevas audiencias	¿Cuáles son los hábitos informativos de las nuevas audiencias?	Los hábitos informativos se identifican a través del comportamiento de las audiencias en redes sociales y plataformas digitales. Estos se conocen mejor durante la ejecución de una estrategia, analizando la interacción del público.	Se enfatiza la necesidad de comprender los hábitos digitales de la audiencia.
	¿De qué manera la calidad periodística y el nivel de confianza percibido actúan como factores determinantes para que la audiencia se mantenga?	La calidad periodística fortalece la credibilidad del medio. Cuando la información es veraz y confiable, la audiencia mantiene su confianza y permanece fiel al contenido.	Se destaca la credibilidad como un elemento esencial para fidelizar a la audiencia.
	¿Qué estrategia de interacción y fidelización resultan más efectivas para atraer al público joven a la radio?	Es importante comunicarse con un lenguaje cercano a los jóvenes y crear contenidos o dinámicas con los que puedan identificarse, favoreciendo una mayor conexión y participación.	Resalta la importancia de generar cercanía e identificación con el público joven.
	¿Cómo puede una emisora tradicional adaptar su oferta de valor para hacer relevante ante la expectativa de las nuevas generaciones sin perder la esencia?	No debe depender solo de las redes sociales. Es importante complementar con activaciones, eventos, colaboraciones y otras estrategias que permitan aumentar su presencia y alcance.	Se evidencia la necesidad de combinar estrategias digitales y presenciales para ampliar el alcance.

¿Cuáles son las características que se toman en cuenta para captar en mayor audiencia?	Las principales características son una buena comunicación, autenticidad, calidad y objetivos claros que orienten la estrategia de la emisora.	Se identificar la autenticidad y la planificación como factores clave para atraer audiencia.
¿Cómo define el concepto de nuevas audiencias desde la perspectiva del marketing?	Las nuevas audiencias se alcanzan siendo auténticos y diferentes. La creatividad y la innovación permiten conectar con públicos distintos y generar mayor interés.	Se destaca la diferenciación como estrategias para captar nuevos públicos.
¿Qué indicadores de marketing permiten evaluar si una emisora está logrando conectar con las nuevas audiencias?	Se pueden evaluar mediante las métricas de las plataformas digitales, como la interacción, el alcance y el rendimiento que ofrecen herramientas como meta business.	Se reconoce la utilidad de las métricas digitales para evaluar los resultados de las estrategias.
¿Qué recomendaciones daría para mantener el interés de las nuevas audiencias a largo plazo?	Se recomienda innovar continuamente, adaptarse a las nuevas tendencias y ofrecer contenidos de calidad que mantengan el interés y la fidelidad de la audiencia.	Se enfatiza la importancia de innovar y adaptarse a las nuevas tendencias.
¿Qué herramientas de marketing considera más efectivas para conocer las preferencias de las nuevas audiencias?	Metricool es una herramienta eficaz para analizar el comportamiento de las nuevas audiencias, ya que permite medir la interacción, el alcance y el rendimiento de los contenidos en diferentes plataformas digitales.	Se destaca el uso de herramientas de analítica digital para comprender a la audiencia.
¿Cuál considera que es el mayor desafío de marketing para que una emisora tradicional logre conectar con las nuevas generaciones?	El mayor desafío es diferenciarse de la competencia. Para lograrlo, es necesario innovar, ser auténticos y comunicar con un estilo propio que genere interés y conexión con las nuevas audiencias para cumplir los objetivos planteados para el medio.	Se evidencia que la innovación y la autenticidad son factores determinantes de la competencia.

Tabla 16. Entrevista 3

Entrevistado: Zully Sánchez
Cargo: Periodista profesional con 11 años de experiencia. Locutora de radio Antena Península 91.7 FM.
Especialidad: Radio y locución
Entrevistador: Paola González – Adrián Lindao

Variables	Pregunta	Respuesta	Observación
Credibilidad periodística y nuevas audiencias	¿Cómo locutora de radio Antena Península qué prácticas diarias aplica para asegurar que la información transmitida sea veraz?	La información siempre se verifica antes de difundirse. Se contrastan las fuentes, se revisan los datos recibidos por WhatsApp y redes sociales, y se confirma la información con autoridades o contactos oficiales para garantizar su veracidad	Se evidencia el compromiso con la verificación de la información como base de la credibilidad periodística.
	¿Cómo maneja la emisora la información que necesita ser difundida de inmediato en redes sociales frente a la necesidad de verificar la información?	La información que llega rápidamente por redes sociales, la emisora no la pública sin verificarla. Se envía a un reportero al lugar de los hechos o se contacta a autoridades para confirmar la información antes de difundirla, priorizando la credibilidad sobre la rapidez.	Se prioriza la confirmación de los hechos antes de su difusión para evitar la desinformación.
	¿Qué cambios ha notado en la reacción de los oyentes ante las noticias difundidas en los últimos años?	Los oyentes expresan temor, impotencia y desconfianza debido al aumento de los hechos violentos y a la percepción de una respuesta insuficiente por parte de las autoridades.	La audiencia muestra mayor preocupación y exige información confiable frente al contexto actual.
	¿De qué manera los espacios digitales de la radio permiten una interacción más cercana y participativa con la audiencia?	La radio mantiene presencia en plataformas como Facebook, YouTube, TikTok e Instagram, lo que facilita una comunicación más directa con la audiencia, permite recibir reportes ciudadanos y fortalece la participación e interacción con los oyentes.	Las plataformas digitales fortalecen la comunicación y participación de la audiencia.
	¿Considera que la confianza construida por la radio es el factor principal para captar nuevas audiencias en el entorno digital?	Los espacios digitales permiten que la audiencia no solo escucha la programación, sino que también la siga en vivo a través de redes sociales y del portal web. Además, facilitan la interacción mediante comentarios, reportes ciudadanos y la participación durante las entrevistas.	La presencia digital complementa la credibilidad del medio y favorece la captación de nuevas audiencias.

¿Qué sugerencias tiene para fortalecer la credibilidad de la emisora frente a los retos de la era digital?

Es importante adaptarse a las nuevas tecnologías y fortalecer la presencia en plataformas digital sin descuidar la calidad de la información. Asimismo, cumplir con los compromisos adquiridos y mantener una comunicación transparente contribuye a conservar la confianza de la audiencia.

La innovación y la transparencia son factores clave para fortalecer la confianza del público.

¿Qué desafíos enfrenta como locutora para mantener la confianza de las nuevas audiencias en un entorno donde la información circula con rapidez?

El principal desafío es evitar difundir información sin verificar. Ante la rapidez con la que circulan los contenidos en redes sociales, resulta indispensable confirmar los hechos antes de publicarlos para prevenir la desinformación y preservar la credibilidad del medio.

La rapidez de las redes sociales exige reforzar los procesos de verificación para preservar la credibilidad.

¿Qué tipo de contenido considera que genera mayor confianza entre las nuevas audiencias?

Los contenidos informativos, deportivos y culturales pueden generar mayor confianza e interés en las nuevas audiencias, siempre que sean desarrollados con calidad, responsabilidad y aporten información de valor para la comunidad.

Se priorizan contenidos informativos, deportivos y culturales de calidad para fortalecer la confianza de las nuevas audiencias.

¿Cómo percibe la participación de los jóvenes en los espacios informativos de la emisora?

Se observa una mayor participación e interés de los jóvenes en los espacios informativos. Además de buscar oportunidades, muchos presentan propuestas y proyectos orientados a beneficiar a la comunidad, destacando la importancia de acudir siempre a fuentes confiables para fortalecer su credibilidad.

Se evidencia un mayor interés y participación de los jóvenes en los espacios informativos, promoviendo el uso de fuentes confiables.

¿Qué estrategia utiliza para conectarse con las nuevas generaciones sin afectar la calidad de la información?

La emisora utiliza redes sociales como TikTok, Facebook, la página web y WhatsApp para interactuar con la audiencia, recibir sugerencias y fortalecer la comunicación. Estas estrategias permiten acercarse a las nuevas generaciones sin descuidar la calidad y la veracidad de la información.

Se fortalecen las estrategias digitales para fomentar la interacción con la audiencia sin comprometer la veracidad de la información.

5. DISCUSIÓN

La presente discusión analiza los resultados obtenidos en la investigación, relacionándolos con los estudios previos y las bases teóricas revisadas. Para ello, se consideran los datos obtenidos mediante la encuesta aplicada a los oyentes de radio Antena Península 91.7 FM, las entrevistas realizadas a profesionales y el análisis estadístico de correlación de Spearman. El propósito es interpretar cómo la credibilidad periodística se relaciona con las nuevas audiencias y comprender su importancia dentro del consumo actual de información. Debido a que la investigación posee un diseño no experimental, los resultados permiten identificar relaciones entre las variables, pero no establecer una causa directa entre ellas.

En relación con el objetivo general, los resultados determinaron que existe una relación positiva entre la credibilidad periodística y las nuevas audiencias de radio Antena Península 91.7 FM, obteniendo una correlación de $\rho=0,571$ con una significancia de $p<0,01$. Este resultado demuestra que mientras los oyentes perciben mayor confianza en la información difundida por la emisora, existe mayor interés, interacción y permanencia con sus contenidos. Este hallazgo coincide con Martín et al. (2017), quienes señalan que la credibilidad en la radio depende tanto de la calidad de la información como de la forma en que es comunicada al público. A partir de ello, se interpreta que la credibilidad continúa siendo un elemento importante para las audiencias actuales, incluso cuando tienen acceso a diferentes fuentes digitales de información.

Los resultados obtenidos permiten comprender que las nuevas audiencias no valoran únicamente la rapidez de la información, sino también la seguridad y confianza que transmite el medio. Esto se relaciona con lo mencionado por Washington Oswaldo Dután, periodista entrevistado en la investigación, quien destacó que la verificación de información, la transparencia y la responsabilidad periodística son elementos necesarios para mantener la confianza de los oyentes. En este sentido, el aporte de esta investigación consiste en demostrar que, dentro de radio Antena Península 91.7 FM, la credibilidad periodística tiene incidencia en la relación que la emisora mantiene con sus audiencias, debido a que influye en la percepción positiva del medio y en la decisión de continuar consumiendo sus contenidos informativos.

Respecto al primer objetivo específico, relacionado con los elementos de la credibilidad periodística que influyen en la confianza de las nuevas audiencias, los resultados evidenciaron que la veracidad, objetividad, precisión, transparencia y uso de fuentes confiables son factores importantes para los participantes. Estos resultados coinciden con Winterlin y Blöbaum (2016), quienes explican que la credibilidad periodística se construye mediante información precisa y

fuentes confiables. De igual manera, Guallar et al. (2020) señalan que la difusión de información no verificada puede generar pérdida de confianza hacia los medios de comunicación. Por lo tanto, los hallazgos permiten interpretar que la confianza de la audiencia se relaciona con la calidad del proceso periodístico y con la responsabilidad del medio al momento de informar.

Asimismo, los resultados reflejan que la información que radio Antena Península 91.7 FM propaga a la audiencia aun presenta cierta incertidumbre o dudas entre el público, específicamente sobre aspectos como la imparcialidad o el tratamiento de las noticias. Esto procede a coincidir con García (2022), pues él sostiene que la imparcialidad permite que las audiencias formen sus propias opiniones sin percibir influencia directa del medio, siendo que la investigación aporta una visión sobre cómo las nuevas audiencias evalúan la credibilidad de una radio local y demuestra que la confianza depende de varios elementos, pero en específico de prácticas periodísticas que influyen en la imagen y valoración de la emisora.

En cuanto al segundo objetivo específico, enfocado en la relación entre los hábitos de consumo informativo y la percepción de credibilidad periodística, los resultados evidenciaron que las nuevas audiencias consumen contenidos radiales mediante diferentes espacios, combinando la radio tradicional con plataformas digitales. Los participantes mostraron interés por contenidos actualizados, accesibles y con posibilidades de interacción. Este resultado coincide con García (2012), quien señala que la digitalización modificó la forma en que las personas acceden a los contenidos radiales, permitiendo mayor disponibilidad mediante diferentes dispositivos. Además, Fonseca y Rico (2024) explican que las audiencias actuales buscan información rápida y actualizada según sus necesidades.

Es por medio de estos hallazgos que se interpreta que los cambios tecnológicos han sido el medio que transforma la manera en que las audiencias se relacionan junto a ellas. A su vez, las nuevas generaciones buscan medios que se adapten a los nuevos hábitos digitales, pero mantienen la credibilidad como principal elemento a perseverar, pues a pesar del cambio en la dinámica o contenido, es esencial que haya un tratamiento de la información. Tras lo mencionado, la presente investigación aporta evidencia sobre la manera en que radio Antena Península 91.7 FM puede comprender el comportamiento de sus nuevas audiencias, de manera que la presencia en plataformas digitales y la confianza periodística funcionan como elementos que se complementan dentro del consumo informativo digitalizado.

Si del tercer objetivo respecta, la influencia de la credibilidad periodística se apega con la confianza y fidelización de las nuevas audiencias; para evidenciar esto, los resultados de esta investigación demuestran que la percepción positiva sobre la emisora se encuentra vinculada con la permanencia de los oyentes. Este resultado coincide con Martínez y Prata (2017), quienes explican que la adaptación de la radio a nuevos espacios digitales fortalece la relación con las audiencias mediante contenidos más cercanos e interactivos. Asimismo, Malavé y Catuto (2025) destacan que la credibilidad representa un elemento importante para la reputación de los medios de comunicación. Estos aportes permiten interpretar que la fidelización depende de la confianza que el medio logra.

Finalmente, los resultados de esta investigación dan el paso para establecer que la credibilidad periodística es importante para que un medio se mantenga vigente entre tanta competencia, como lo es el caso de radio Antena Península 91.7 FM y sus nuevas audiencias. La confianza, la verificación de información, la transparencia y la adaptación a los espacios digitales influyen en la manera en que los oyentes perciben y consumen los contenidos de la emisora. Este estudio proporciona información sobre el comportamiento de las audiencias de una radio local ecuatoriana como aporte principal, de forma que se demuestra que la credibilidad a pesar de los cambios es aún un elemento fundamental que mantiene la conexión con el público dentro de un escenario en el que los medios de comunicación cambian y se adaptan sin cambiar la esencia del periodismo.

6. CONCLUSIÓN

- Se concluye que la credibilidad periodística incide en la percepción de las nuevas audiencias de radio Antena Península 91.7 FM, debido a que aspectos como la veracidad, objetividad, precisión y transparencia de la información se relacionan con los niveles de confianza que los oyentes otorgan al contenido informativo de la emisora. Estos elementos influyen en la valoración que las audiencias tienen sobre la confiabilidad del medio.
- Se identificó que los elementos más asociados a la credibilidad periodística en las nuevas audiencias son la verificación de la información, el uso de fuentes confiables, la imparcialidad al tratar las noticias y la coherencia entre los hechos difundidos y la realidad. Por efecto, estos factores se reconocieron como aspectos relevantes en el periodismo para construir confianza y una percepción de profesionalismo hacia la emisora.
- Se determinó que existe una relación entre los hábitos de consumo de contenidos informativos y la percepción de credibilidad periodística, de esta forma se ha evidenciado en que las nuevas audiencias valoran más a los contenidos que se caracterizan por mostrar una información actualizada, clara y verificable., lo que evidencia que las formas actuales de consumo informativo influyen en la manera en que el público evalúa la confiabilidad de los contenidos radiales.
- Se concluye que la credibilidad periodística influye en la confianza y fidelización de las nuevas audiencias de radio Antena Península 91.7 FM, ya que la percepción de un periodismo basado en información verificable, transparencia y responsabilidad se relaciona con la permanencia e identificación del público con la emisora. De esta manera, se evidencia que la credibilidad constituye un factor determinante en la relación entre el medio radial y sus audiencias.

7. RECOMENDACIONES

- Cumplir protocolos internos en radio Antena Península 91.7 FM para verificar la información antes de publicar contenidos periodísticos, de manera que haya una revisión previa de fuentes, comparando datos y haciendo una revisión previa de las noticias, con el fin de fortalecer la confianza de las nuevas audiencias y consolidar la credibilidad de la emisora.
- Organizar capacitaciones periódicas para el personal periodístico acerca de la verificación de información, la ética profesional, la objetividad, transparencia y buen manejo de fuentes, con fines de mejorar la calidad de los contenidos informativos y fortalecer la imagen de profesionalismo del medio.
- Implementar estrategias de contenido pensadas para las nuevas plataformas digitales, incluyendo formatos audiovisuales cortos para redes sociales como TikTok, Facebook e Instagram, sin dejar de lado el rigor periodístico, con el objetivo de responder a los nuevos hábitos de consumo informativo de las audiencias.
- Realizar monitoreos periódicos de las audiencias, esto mediante un análisis sobre la interacción digital, comentarios, visualizaciones y preferencias de consumo, bajo la finalidad de identificar los intereses del público y ajustar la producción de contenidos según las necesidades de las nuevas audiencias de radio Antena Península 91.7 FM.

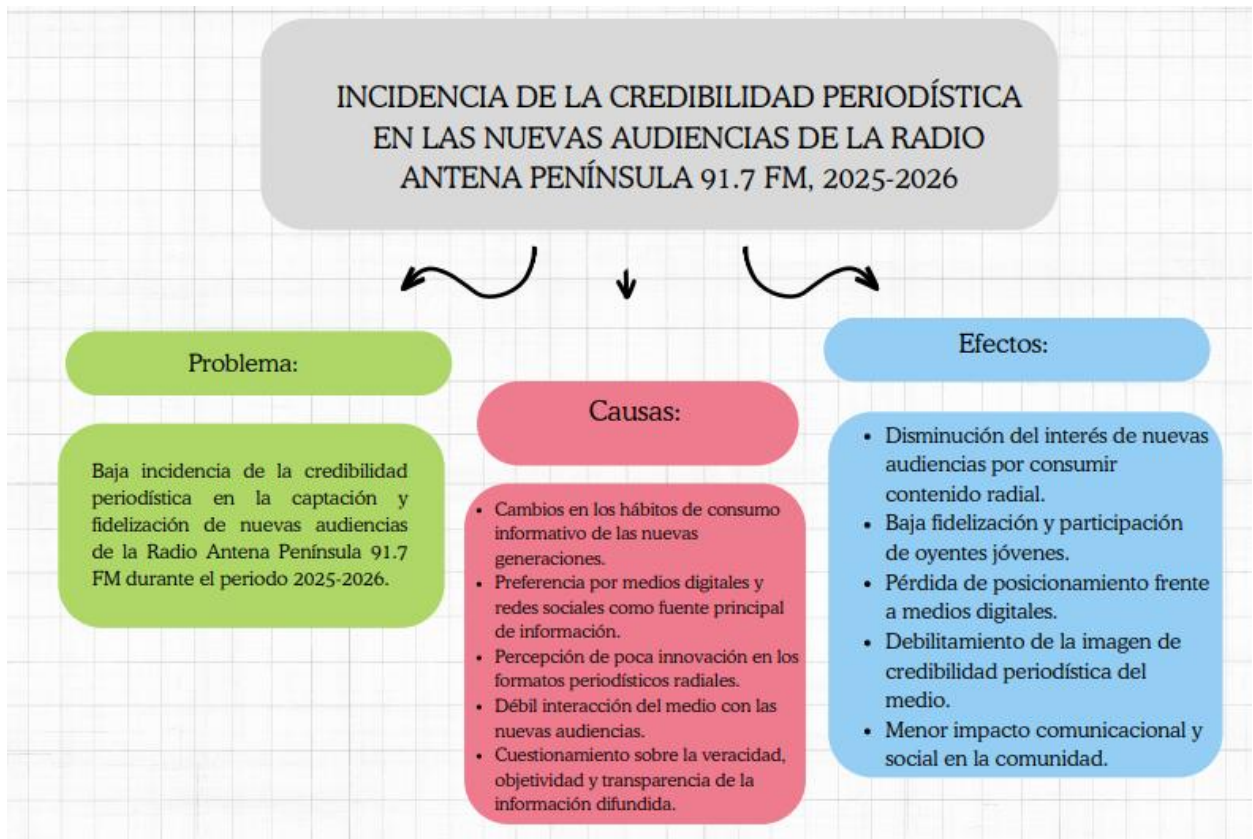
8. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Barrios Rubio, A. (2013). *La radio en la era de la sociedad digital*. Obtenido de <https://raco.cat/index.php/adComunica/article/view/301688/391304>
- Benavides Suárez, D., & Suárez Tomalá, M. (2025). *La credibilidad periodística y el uso de fuentes de información en los medios radiales del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, en la era de la posverdad*. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/items/3d101aa6-0201-4a5d-b2a7-31a63769ba17>
- Creswell, J. (2014). *Research Design, Qualitative, Quantitative and mixed methods*. Obtenido de <https://share.google/sKzgmghUuOJerdKlx>
- Dávila Navarro, E., & Portugal, R. (2019). *Consumo y hábito de la radio tradicional frente a la radio on line, en audiencias universitarias en Bolivia*. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/server/api/core/bitstreams/07af4c6d-e082-436b-b95a-11a30c81a207/content>
- Espinal Alarcon, A. (2024). *Periodismo transmedia y su capacidad de profundizar en la audiencia de Antena 3 La Libertad, Península de Santa Elena*. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/items/4322035c-2a8b-4dff-8909-0accd30631e4>
- Fonseca, J., & Abaunza Rico, C. (2024). *La radio de ahora, y de siempre: Cambios y adaptaciones del medio con las nuevas tecnologías*. Obtenido de <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/166981>
- García González, A. (2012). *Radio digital e interactiva. Formatos y prácticas sociales*. doi:10.7195/ri14.v8i1.285
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <https://drive.google.com/file/d/1Fjufmi0oGY4Zs8EajFiAJYNT2qoeCH4k/view?pli=1>
- Jachero Chicaiza, P. (2022). *Análisis del discurso periodístico deportivo en la radiodifusión cuencana: caso de estudio: radios la voz del tomebamba y radio activa*. Obtenido de <https://dspace.ucacue.edu.ec/items/0426747a-370f-47c8-9b5e-000e92d0f106>
- Londoño Proaño, C. (2024). *Desafíos y oportunidades de la industria de la radio*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9606194>

- Londoño Proaño, C. (2024). *Desafíos y oportunidades de la industria de la radio. Caso radio pública de Ecuador*. doi:0000-0001-5941-1080
- Martín Santana, J., Reinares Lara, E., & Reinares Lara, P. (2017). *How does the radio spokesperson's voice influence credibility?* doi:10.1515/COMMUN-2017-0015
- Martínez Costa, P., & Prata, N. (2017). *La radio en busca de su audiencia: hacia una escucha diversificada y multiplataforma*. doi:10.1590/1809-5844201737
- Martínez Costa, P., Pilar, M., & Moreno, E. (2012). *La radio generalista en la red: un nuevo modelo para la radio tradicional*. doi:10.22395/ANGR.V10N20A11
- Méndez. (2001). *Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación*. Obtenido de https://kupdf.net/download/mendez-c-e-2001-fundamentos-metodologia_5b218ce2e2b6f59305f4d443_pdf
- Mullo López, A., & Yaguana Romero, H. (2017). *El prosumer en la construcción del discurso radiofónico: análisis de caso de las radios ecuatorianas de Cotopaxi y Tungurahua*. Obtenido de <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2017.8.2.15>
- Sábada, C., Martínez, P., & García, J. (2016). *Innovación y desarrollo de los cybermedios en España*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/299470241_Innovacion_y_desarrollo_de_los_cibermedios_en_Espana
- Taylor Sánchez, L. (2024). *PERIODISMO RADIAL Y LAS NUEVAS TENDENCIAS COMUNICATIVAS EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, CASO: PANORAMA INFORMATIVO DE RADIO AMOR 89.3 FM*. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/436aee23-d3a7-4afc-9121-936eae146e43/content>
- Tigero Ramos, D. (2023). *El COMPORTAMIENTO DE LA AUDIENCIA VIRTUAL EN EL MEDIO RADIO GENIAL 106.9 FM DEL CANTÓN SANTA ELENA*. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/b3ffcdde-68e5-4ed8-8330-f42b82eed2b/content>

9. ANEXOS

9.1. Árbol del problema



9.2. Anexo 1: Matriz de validación de instrumentos

INSTRUMENTO

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario-Escala de Likert

Objetivo: Examinar de qué manera la credibilidad periodística influye en las nuevas audiencias de la radio Antena Península 91.7 FM durante el periodo 2025-2026.

Título: Incidencia de la credibilidad periodística en las nuevas audiencias de la radio Antena Península 91.7 FM, 2025-2026			
Variable independiente: Credibilidad periodística	Si	No	Tal vez
¿Es usted oyente de radio Antena Península 91.7 FM?			
¿Confía en que la radio informa de manera honesta, precisa y responsable?			
¿Se siente seguro(a) de compartir la información que escucha en radio Antena Península con otras personas?			
¿Considera que los periodistas de radio Antena Península son profesionales y confiables?			
¿Cree que la radio transmite noticias imparciales, sin favorecer a ningún grupo o interés?			
¿Cree que los contenidos informativos difundidos por radio Antena Península son verificados y confiables?			
Variable dependiente: Nuevas audiencias			
¿Considera que la interacción con la audiencia es una parte importante de la estrategia de radio Antena Península para mantener el interés en sus programas radiales?			
¿Cree que la radio debe aprovechar eficazmente la tecnología para llegar a su audiencia a través de múltiples plataformas (radio, web, redes sociales)?			
¿Prefiere acceder a los contenidos de la radio mediante plataformas digitales?			
¿Se siente más involucrado con los programas de radio Antena Península cuando puede interactuar con ellos a través de redes sociales u otras plataformas digitales?			
¿Considera que la radio debería ampliar los espacios de participación de la audiencia (llamadas telefónicas, WhatsApp y otros medios) en sus programas?			

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTOS

I. Datos del experto

Nombre del experto: Lic. Marlon Iván Ramírez Rodríguez, Mgtr.

Título académico: Licenciado en comunicación y Magister en comunicación.

Área de especialización: Comunicación, redes sociales y marketing digital.

Institución: Universidad Estatal Península de Santa Elena

Correo electrónico: mramirez233@upse.edu.ec

Fecha de evaluación: 07/07/2026

II. Datos del instrumento

Título del instrumento: Cuestionario-Escala de Likert

Nombre del estudiante: Paola González – Adrián Lindao

Variable(s) evaluadas: Credibilidad Periodística y Nuevas Audiencias

Número de ítems: 8

III. Escala de valoración

Valor	Categoría
4	Muy adecuado
3	Adecuado
2	Poco adecuado
1	No adecuado

IV. Criterios de evaluación

1. Claridad
2. Coherencia
3. Pertinencia
4. Suficiencia

5. Adecuación semántica
6. Relevancia científica
7. Formato / estructura

V. Tabla de validación de ítems

Ítem	Contenido	Claridad	Coherencia	Pertinencia	Suficiencia	Adecuación semántica	Observaciones
1	4	4	4	4	4	4	
2	4	4	4	4	4	4	
3	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	
5	4	4	4	4	4	4	
6	4	4	4	4	4	4	
7	4	4	4	4	4	4	
8	4	4	4	4	4	4	
9	4	4	4	4	4	4	
10	4	4	4	4	4	4	

VI. Evaluación global

Criterio	Valoración	Observaciones
Claridad general del instrumento	4	Muy adecuado
Coherencia interna	4	Muy adecuado
Pertinencia de los ítems	4	Muy adecuado
Cobertura de dimensiones	4	Muy adecuado
Adecuación para la población objetivo	4	Muy adecuado
Viabilidad de aplicación	4	Muy adecuado

VII. Recomendación final del experto

- (x) El instrumento es adecuado y puede aplicarse sin modificaciones.
- () El instrumento es adecuado, pero requiere ajustes menores.
- () El instrumento requiere modificaciones importantes antes de su aplicación.
- () El instrumento no es adecuado para su aplicación.

Recomendaciones generales:



Lic. Marlon Iván Ramírez Rodríguez, Mgtr

Docente/Experto

INSTRUMENTO

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas semiestructurada

Objetivo: Examinar de qué manera la credibilidad periodística influye en las nuevas audiencias de la radio Antena Península 91.7 FM durante el periodo 2025-2026.

Entrevistado: Washington Oswaldo Dután
Cargo: Periodista profesional con más de 25 años de experiencia en radio.
Especialidad: Radio y locución
Entrevistador: Paola González – Adrián Lindao

Variables	Pregunta	Respuesta	Observación
Variable independiente: Credibilidad periodística	¿Cómo define usted la credibilidad periodística en el contexto de los medios radiales?		
	¿Qué acciones concretas realiza para generar confianza en la audiencia?		
	¿Cree que la credibilidad del medio influyente en la fidelidad de los oyentes? ¿De qué manera?		
	¿Ha recibido retroalimentación de la audiencia sobre la confiabilidad de la información?		
	¿Qué estrategias recomienda para mantener o mejorar la credibilidad de los contenidos?		
	¿Cómo define la credibilidad periodística en el entorno de convergencia mediática actual?		
	¿Qué protocolos técnicos y éticos aplica la emisora para garantizar la veracidad y transparencia de la información?		
	¿Cómo impactan la desinformación en la percepción de los oyentes frente a la radio tradicional?		

	¿De qué manera la ética profesional y la experiencia del equipo inciden en la construcción de confianza con la audiencia?		
	¿Cuáles son los principales retos que enfrenta la radio para sostener su credibilidad frente a los hábitos de consumo de los jóvenes?		

Entrevistado: Carlos Pin
Cargo: Especialista en marketing digital con más de 14 años de experiencia.
Especialidad: Marketing digital
Entrevistador: Paola González – Adrián Lindao

Variables	Pregunta	Respuesta	Observación
Variable dependiente: Nuevas audiencias	¿Cuáles son los hábitos informativos de las nuevas audiencias?		
	¿De qué manera la calidad periodística y el nivel de confianza percibido actúan como factores determinantes para que la audiencia se mantenga?		
	¿Qué estrategia de interacción y fidelización resultan más efectivas para atraer al público joven a la radio?		
	¿Cómo puede una emisora tradicional adaptar su oferta de valor para hacer relevante ante la expectativa de las nuevas generaciones sin perder la esencia?		
	¿Cuáles son las características que se toman en cuenta para captar en mayor audiencia?		
	¿Cómo define el concepto de nuevas audiencias desde la perspectiva del marketing?		
	¿Qué indicadores de marketing permiten evaluar si una emisora está logrando conectar con las nuevas audiencias?		

	¿Qué recomendaciones daría para mantener el interés de las nuevas audiencias a largo plazo?		
	¿Qué herramientas de marketing considera más efectivas para conocer las preferencias de las nuevas audiencias?		
	¿Cuál considera que es el mayor desafío de marketing para que una emisora tradicional logre conectar con las nuevas generaciones?		

Entrevistado: Zully Sánchez
Cargo: Periodista profesional con 11 años de experiencia. Locutora de radio Antena Península 91.7 FM.
Especialidad: Radio y locución
Entrevistador: Paola González – Adrián Lindao

Variables	Pregunta	Respuesta	Observación
Credibilidad periodística y nuevas audiencias	¿Cómo locutora de radio Antena Península qué prácticas diarias aplica para asegurar que la información transmitida sea veraz?		
	¿Cómo maneja la emisora la información que necesita ser difundida de inmediato en redes sociales frente a la necesidad de verificar la información?		
	¿Qué cambios ha notado en la reacción de los oyentes ante las noticias difundidas en los últimos años?		
	¿De qué manera los espacios digitales de la radio permiten una interacción más cercana y participativa con la audiencia?		
	¿Considera que la confianza construida por la radio es el factor principal para captar nuevas audiencias en el entorno digital?		
	¿Qué sugerencias tiene para fortalecer la credibilidad de la emisora frente a los retos de la era digital?		

	¿Qué desafíos enfrenta como locutora para mantener la confianza de las nuevas audiencias en un entorno donde la información circula con rapidez?		
	¿Qué tipo de contenido considera que genera mayor confianza entre las nuevas audiencias?		
	¿Cómo percibe la participación de los jóvenes en los espacios informativos de la emisora?		
	¿Qué estrategia utiliza para conectarse con las nuevas generaciones sin afectar la calidad de la información?		

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTOS

VIII. Datos del experto

Nombre del experto: Lic. Marlon Iván Ramírez Rodríguez, Mgtr.

Título académico: Licenciado en comunicación y Magister en comunicación.

Área de especialización: Comunicación, redes sociales y marketing digital.

Institución: Universidad Estatal Península de Santa Elena

Correo electrónico: mramirez233@upse.edu.ec

Fecha de evaluación: 07/07/2026

IX. Datos del instrumento

Título del instrumento: Cuestionario-Escala de Likert

Nombre del estudiante: Paola González – Adrián Lindao

Variable(s) evaluadas: Credibilidad Periodística y Nuevas Audiencias

Número de ítems: 8

X. Escala de valoración

Valor	Categoría
4	Muy adecuado
3	Adecuado
2	Poco adecuado
1	No adecuado

XI. Criterios de evaluación

8. Claridad

9. Coherencia

10. Pertinencia

11. Suficiencia

12. Adecuación semántica

13. Relevancia científica

14. Formato / estructura

XII. Tabla de validación de ítems

Ítem	Contenido	Claridad	Coherencia	Pertinencia	Suficiencia	Adecuación semántica	Observaciones
1	4	4	4	4	4	4	
2	4	4	4	4	4	4	
3	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	
5	4	4	4	4	4	4	
6	4	4	4	4	4	4	
7	4	4	4	4	4	4	
8	4	4	4	4	4	4	
9	4	4	4	4	4	4	
10	4	4	4	4	4	4	

XIII. Evaluación global

Criterio	Valoración	Observaciones
Claridad general del instrumento	4	Muy adecuado
Coherencia interna	4	Muy adecuado
Pertinencia de los ítems	4	Muy adecuado
Cobertura de dimensiones	4	Muy adecuado
Adecuación para la población objetivo	4	Muy adecuado
Viabilidad de aplicación	4	Muy adecuado

XIV. Recomendación final del experto

- (x) El instrumento es adecuado y puede aplicarse sin modificaciones.
- () El instrumento es adecuado, pero requiere ajustes menores.
- () El instrumento requiere modificaciones importantes antes de su aplicación.
- () El instrumento no es adecuado para su aplicación.

Recomendaciones generales:



Lic. Marlon Iván Ramírez Rodríguez, Mgtr

Docente/Experto



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

Oficio No. 145 -CC-UPSE-2026
La Libertad, 2 de junio de 2026

Para: Sr. Hernán Rodríguez

Director Radio Antena Península 91.7 FM

De: Lcdo. Gerzon Alfredo Cochea Panchana, Mgtr.

Director de la Carrera- UPSE

Reciba un cordial y afectuoso saludo de parte de la dirección de la carrera de Comunicación adscrita a la Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE)**.

Por medio de la presente, tengo a bien informar y solicitar lo siguiente:

El actual periodo 2026-1 los estudiantes del octavo semestre están elaborando sus trabajos de titulación bajo la modalidad de Proyectos de Investigación, para la obtención del título de **Licenciado(a) en Comunicación**. En dicho proceso, se requiere aplicar técnicas e instrumentos de levantamiento de información, con el fin de analizar y discutir los resultados obtenidos para la mejora científica de un problema de investigación determinado.

Por lo que, apelando a su buen criterio y predisposición, solicitamos la apertura para que el estudiante **PAOLA ALEJANDRA GONZÁLEZ NEIRA** con cédula de identidad **2450725821** y **ADRIÁN EDDY LINDAO SUÁREZ** con cédula de identidad **0952764942** aplique los instrumentos de levantamiento de información, para el proyecto de investigación de título **"INCIDENCIA DE LA CREDIBILIDAD PERIODÍSTICA EN LAS NUEVAS AUDIENCIAS DE LA RADIO ANTENA PENÍNSULA 91.7 FM, 2025-2026"**. con base a la evolución del planteamiento metodológico que dictamine su docente tutor(a) **LCDO. MARLON IVÁN RAMÍREZ RODRÍGUEZ, MGTR.**



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

Cabe indicar que, la información será única y exclusivamente empleada para el desarrollo de la investigación dentro del ámbito académico y científico, cuyo resultado será el trabajo de titulación que será subido de manera digital al repositorio de la UPSE.

Esperando una respuesta favorable a la presente solicitud, me despido augurando los mejores éxitos tanto en sus actividades personales como profesionales.

Atentamente,

**GERZON ALFREDO
COCHEA
PANCHANA**

Firmado digitalmente por
GERZON ALFREDO COCHEA
PANCHANA
Fecha: 2026.06.02 10:18:52
-05'00'



Lcdo. Gerzon Cochea Panchana, Mgs.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN.
Archivo
Plb.

9.3. Anexo: Archivo fotográfico de encuesta

Preguntas Respuestas 100 Configuración

Este formulario no acepta respuestas porque se alcanzó el límite establecido. Administrar



Sección 1 de 3

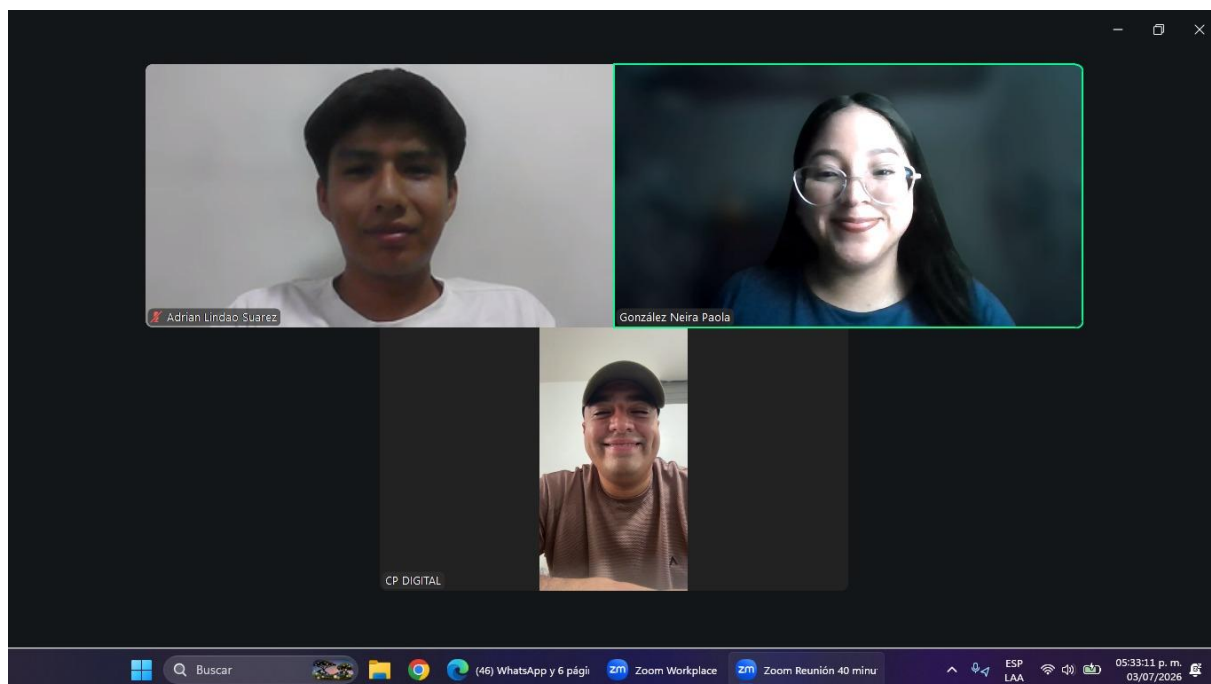
INCIDENCIA DE LA CREDIBILIDAD PERIODÍSTICA EN LAS NUEVAS AUDIENCIAS DE LA RADIO ANTENA PENÍNSULA 91.7 FM, 2025-2026

El presente formulario tiene como objetivo comprender de qué manera la credibilidad periodística influye en las nuevas audiencias de la Radio Antena Península 91.7 FM, considerando su impacto en la confianza, el interés y el consumo de información.

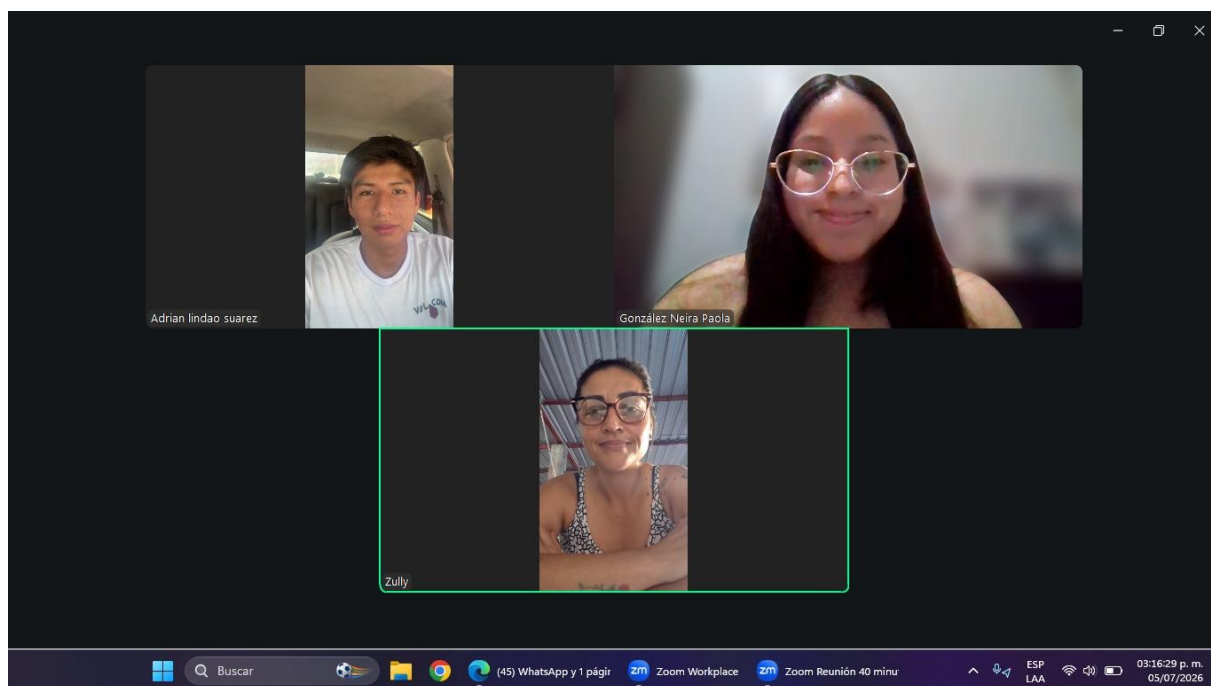
9.4. Anexo: Archivo fotográfico de entrevistas



Entrevista con el locutor de radio, Washington Oswaldo Dután.



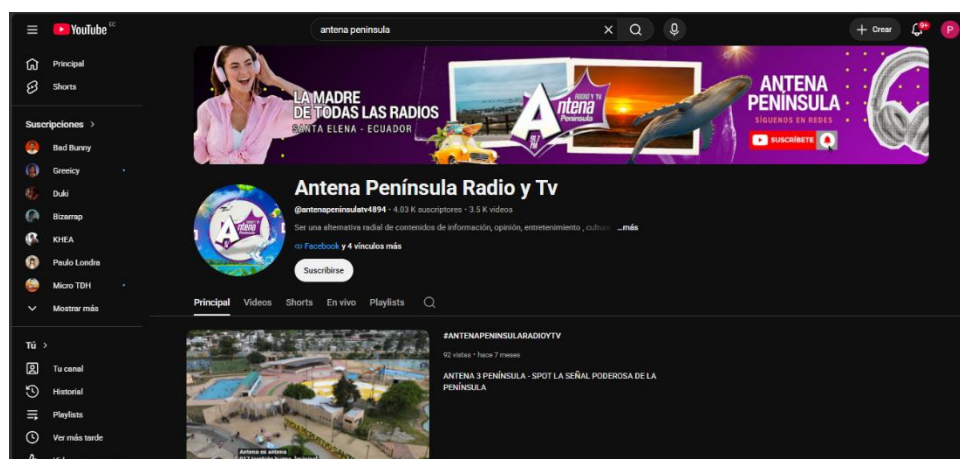
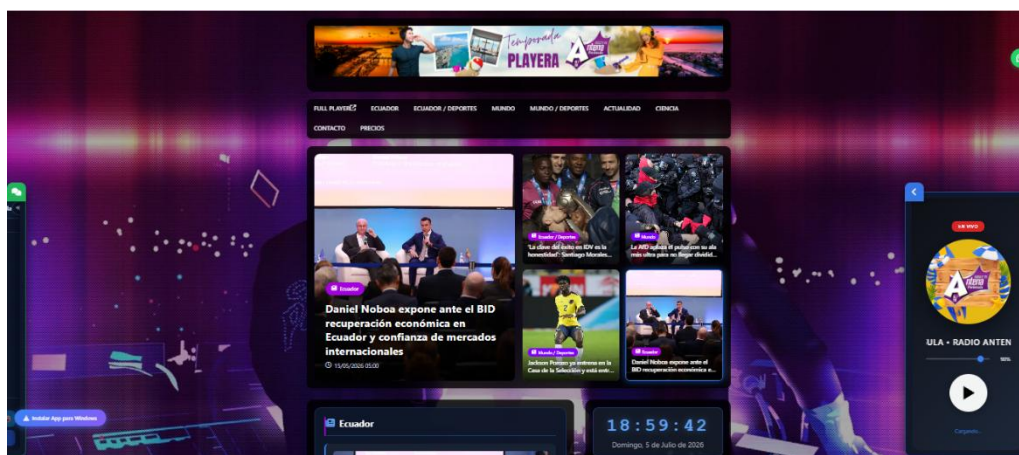
Entrevista con el especialista en marketing digital, Carlos Pin.



Entrevista con la locutora de radio Antena Península, Zully Sánchez.

9.5. Anexo: Archivo fotográfico de las plataformas de la radio Antena Península

91.7 FM



9.6. ANEXO: Archivo fotográfico de tutorías



