

**Informe**

**ESTUDIO DE AUDIENCIA  
DE LA RADIONOVELA  
“DIARIO DE UN  
DESTINO”**

**(Sondeo en Tres Distritos de Salud de La Paz)**



**U.S. Agency for  
International Development  
Office of Health**

**Elaborado para MotherCare  
Por Diagnosis  
La Paz, Octubre de 1997**



**MotherCare**

**John Snow, Inc.**

A

**This publication was made possible through support provided by the Office of Health,  
United States Agency for International Development, under the terms of  
Contract No. HRN-5966-C-00-3038-00 and John Snow, Inc.**

**The opinions expressed herein are those of the author(s) and do not  
necessarily reflect the views of USAID and JSI.**

# INDICE

Pág.

<b>I. INTRODUCCION .....</b>	<b>1</b>
1. Objetivos del estudio (3)	
1. Carácter de la investigación (3)	
3. Población objetivo (4)	
4. Selección de entrevistados (4)	
5. Cuestionario (6)	
6. Trabajo de campo (6)	
7. Procesamiento de la información (6)	
8. Contenido del informe (7)	
<b>II. SINTESIS GENERAL .....</b>	<b>8</b>
1. Composición sociodemográfica del conjunto de entrevistados (9)	
2. Los resultados más importantes del estudio (10)	
<b>III. RESULTADOS .....</b>	<b>13</b>
<b>A. HABITOS DE AUDIENCIA DE PROGRAMAS DE RADIO..</b>	<b>14</b>
1. Horarios de audiencia de radioemisoras (14)	
2. Emisoras que se escuchan regularmente (16)	
3. Audiencia de programas de radio (18)	
<b>B. NIVELES DE AUDIENCIA DE LA RADIONOVELA         DIARIO DE UN DESTINO .....</b>	<b>19</b>
1. Nivel de audiencia total (19)	
2. Grados de recordación (21)	
3. Tiempo de audiencia (23)	
4. Frecuencia de la audiencia (24)	
5. Emisoras y horarios de audiencia (26)	

<b>C. HABITOS DE AUDIENCIA Y EVALUACION DE LA RADIONOVELA DIARIO DE UN DESTINO .....</b>	<b>27</b>
1. Con quiénes escucha la radionovela? (27)	
2. Con quiénes comenta la radionovela (28)	
3. Aspectos positivos y negativos de la radionovela (29)	
4. Evaluación de emisoras y horarios de emisión (31)	
5. Comprensión del mensaje (32)	
6. Impacto inicial (33)	
<b>D. INFORMACION COMPLEMENTARIA .....</b>	<b>35</b>
1. Exposición a la publicidad de la radionovela (35)	
2. Exposición a la radioserie dirigida a esposos/parejas de en edad fértil (35)	
3. Nivel de audiencia de la radionovela Sambo Angolita (36)	
<b>IV. CONCLUSIONES .....</b>	<b>37</b>
<b>INDICE DE GRAFICOS .....</b>	<b>41</b>
<b>ANEXO: Cuestionario .....</b>	<b>43</b>

A.

# I INTRODUCCION

El 27 y 28 de septiembre del presente año, Diagnosis realizó un sondeo cuantitativo con el fin de identificar el nivel de audiencia alcanzado por la radionovela educativa “Diario de un Destino”. La misma forma parte de la estrategia IEC/C de “Maternidad Segura” II de MotherCare y está orientada a informar, educar, comunicar y orientar a las mujeres en edad fértil y a sus parejas en general, y a las mujeres embarazadas y a sus parejas en particular, sobre el reconocimiento de las señales de peligro en el embarazo, parto, postparto y en el recién nacido, buscando estimular la rápida toma de decisión para ir a los servicios institucionales de salud cuando estas señales de peligro son reconocidas.

Esta radionovela fue diseñada para ser emitida en los departamentos de La Paz y Cochabamba. Está dirigida a las mujeres en edad fértil y a sus parejas, residentes en los cinco distritos de salud en los que MatherCare está implementando un programa piloto integral para incrementar el uso de los servicios institucionales de salud en la atención de complicaciones obstétricas y neonatales, apoyando así al Ministerio de Salud y Previsión Social en la reducción de la mortalidad materna y perinatal en estos distritos<sup>1</sup>.

La radionovela “Diario de un Destino” consta de 60 capítulos de 20 minutos de duración cada uno. Fue producida en castellano, aymara y quechua. En La Paz, esta radionovela se emite de lunes a viernes en la radio San Gabriel a hrs. 19.--, radio Metropolitana a hrs. 17:30 y en FM Color a hrs. 15.-- En Cochabamba se emite de lunes a viernes en la radio San Rafael a hrs. 6:35 y en Cosmos a hrs. 19.--<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Estos distritos son en La Paz: Distrito II El Alto y Santiago de Machaca. En Cochabamba: Valle Bajo (Quillacollo), Capinota, Chapare-Valle-Puna (Sacaba). Además, en la difusión de la radionovela y en el presente sondeo, se tomó en cuenta al distrito de salud de Illampu como ámbito de control; en este distrito sólo se difundirá la radionovela sin aplicar otros componentes de la estrategia IEC/C de MotherCare II como en los otros cinco distritos. Sobre la estrategia IEC/C de MotherCare II, ver el Documento No. 2 de esta serie.

<sup>2</sup> Para más información técnica de esta radionovela ver el Documento No 7 de esta Serie.

Al momento de realizar el sondeo en La Paz se estaban emitiendo los últimos capítulos de Diario de un Destino en este departamento. Este sondeo de audiencia se realizará en Cochabamba en noviembre del presente año, cuando en este departamento se emitan también los últimos capítulos de la radionovela.

El sondeo tiene las siguientes características técnicas:

### **1. Objetivos del Estudio:**

Los objetivos del estudio fueron los siguientes:

Identificar:

- Los hábitos en la audiencia de radioemisoras y programas de radio
- El grado de exposición de los entrevistados a la radionovela
- Las emisoras de radio a través de las cuales se tuvo contacto con la radionovela
- El grado de comprensión del mensaje
- La evaluación que la población objetivo hace de la radionovela

### **2. Carácter de la Investigación.**

El presente estudio es un sondeo cuantitativo. Los resultados no tienen un carácter estadístico/probabilístico. Tanto por el tamaño de la muestra (150 entrevistas) como por la selección de los entrevistados (por cuotas de sexo y lugar de residencia), los datos que se presentan en este informe no deben ser leídos como tendencias estadísticas susceptibles de ser extendidas al conjunto del universo poblacional, sino como indicadores primarios del nivel de audiencia logrado por la radionovela “Diario de un Destino”.

Con todo, a pesar de ser un sondeo y no una encuesta probabilística, este primer acercamiento permite tener una idea más o menos adecuada de los primeros resultados de audiencia de la mencionada radionovela<sup>3</sup>.

---

3

En mayo de 1998, una vez que se termine de transmitir el repris de Diario de un Destino en La Paz y Cochabamba, se realizará una encuesta con muestreo probabilístico, para identificar el impacto inicial de la radionovela, sobre las intenciones de la población meta en el uso del servicio institucional de salud en complicaciones obstétricas y neonatales.

### **3. Población Objetivo.**

El sondeo obtuvo información de mujeres o parejas de mujeres de 18 a 49 años con hijos o que están embarazadas por primera vez, y que residen en las comunidades y pueblos de los siguientes distritos de salud del departamento de La Paz:

- Distrito II El Alto
- Distrito Santiago de Machaca
- Distrito Illampu

### **4. Selección de los Entrevistados.**

Se realizaron 150 entrevistas, 50 en cada distrito de salud. La unidad de intervención y selección de los entrevistados fue la feria zonal:

- En los distritos provinciales (Santiago de Machaca e Illampu) se escogió una feria zonal importante:
  - Feria de Tiahuanacu en el Distrito de Santiago de Machaca<sup>4</sup>.
  - Feria de Achacachi en el Distrito de Illampu
- En el Distrito II El Alto (zona periurbana), se escogieron tres ferias zonales:
  - Feria de Nuevos Horizontes
  - Feria de Villa Santiago 2do.
  - Feria de Villa Adela

En cada distrito de salud se entrevistaron a personas que viven tanto en pueblos como en comunidades campesinas. Para el presente estudio se define como pueblo provincial a una concentración poblacional más o menos urbanizada, en la que se asientan las instancias políticas y administrativas del Municipio; en el pueblo, la ocupación predominante de los que viven en él no es normalmente la agricultura, sino el comercio, el transporte y los empleos generados por las instancias administrativas y

---

<sup>4</sup> Se escogió la feria de Tiahuanacu, porque es en este pueblo y en su zona comercial de influencia donde se realizaron los estudios de diagnóstico y de pretest de materiales educativos de la estrategia IEC/C de MotherCare (Ver los Documentos 1, 5, 6 y 8 de la presente Serie).

políticas de la zona. Generalmente en los pueblos se realizan ferias comerciales donde los campesinos de las comunidades aledañas venden sus productos y compran lo necesario para ellos. En el presente estudio se tomaron en cuenta a dos pueblos: Tiahuanacu y Achacachi.

En cambio, se entiende por comunidad campesina a las comunidades de agricultores, pescadores y personas dedicadas a la pecuaria. Son por lo general concentraciones poblacionales más pequeñas que los pueblos y su actividad principal está ligada al ciclo agrícola y a la crianza de animales.

En cada distrito de salud se definieron cuotas de selección de entrevistados de acuerdo a sexo y lugar de residencia:

	Mujeres de 18 a 49 años con hijos o embarazadas por primera vez	Esposos/parejas de mujeres de 18 a 49 años con hijos o embarazadas por primera vez	Total
Pueblos <sup>5</sup>	20	5	25
Comunidades	20	5	25
Total	40	10	50

Como se observará en el perfil sociodemográfico de los entrevistados, aunque no siempre se cumplieron a cabalidad las cuotas, la composición de la muestra se acerca mucho a lo planificado.

Es importante destacar que otras variables como la edad, nivel de instrucción y, sobre todo, el haber o no escuchado la radionovela, no fueron tomados en cuenta como criterios de selección, de modo que la composición de estas variables es más bien espontánea y no inducida.

La selección de los entrevistados se realizó a través del salto sistemático. En cada cuadrante de una feria, se hizo el contacto con una de cada cinco personas que pasaban por el lugar donde estaba el encuestador.

Al inicio de la boleta<sup>6</sup> se elaboró un conjunto de “preguntas filtro” que aseguren que el entrevistado cumple con los requisitos del público objetivo.

<sup>5</sup> En el Distrito II El Alto no se entrevistaron a personas de comunidades campesinas, por ser una zona sólo periurbana.

<sup>6</sup> Ver Anexo

## **5. Cuestionario.**

El cuestionario tiene 46 preguntas incluidas las demográficas. El 20% de ellas son abiertas o semiabiertas. Su estructura es la siguiente<sup>7</sup>:

- 3 preguntas filtro
- 5 preguntas demográficas
- 9 preguntas sobre hábitos en medios de comunicación
- 19 preguntas sobre nivel y hábitos de audiencia de la radionovela “Diario de un Destino”
- 6 preguntas de evaluación y comprensión de la radionovela
- 4 preguntas sobre temas complementarios

-----  
46 preguntas en total

Antes de su aplicación definitiva el cuestionario fue sometido a una prueba piloto, después de la cual se realizaron los cambios correspondientes.

## **6. Trabajo de Campo.**

La recolección de información fue realizada por tres equipos, cada uno de ellos estuvo compuesto por ocho encuestadores y un supervisor de campo, bajo la dirección de un coordinador general.

Se realizó la verificación “in situ” del 20% de las boletas.

## **7. Procesamiento de la Información.**

La crítica y codificación de los cuestionarios fue realizada por un equipo especializado. Para codificar las preguntas abiertas se tomó en cuenta al 100% de los cuestionarios.

La base de datos se construyó en el programa ISIS y el procesamiento de la información se realizó en el programa SPSS

---

<sup>7</sup>

Ver anexo

## **8. Contenido del Informe.**

En el Capítulo II se presenta una síntesis de resultados que permite tener una visión global del estudio.

En el Capítulo III se analizan los resultados cuantitativos: En el acápite A se presentan los hábitos en la audiencia de programas de radio como contexto de la audiencia de la radionovela "Diario de un Destino. En el acápite B se analiza detalladamente el nivel de audiencia de la radionovela y los hábitos de audiencia. En el acápite C se presenta la evaluación que hacen de la radionovela las personas que la escuchan. El acápite D es una primera aproximación para identificar la comprensión del mensaje y el probable impacto de la misma. Finalmente, en el acápite E se analiza alguna información complementaria recogida en este sondeo.

El Capítulo IV presenta las conclusiones más importantes emergentes del sondeo.

# II

## SINTESIS GENERAL

### 1. Composición Socio-Demográfica del Conjunto de Entrevistados.

Variable	El Alto II	Santiago de Machaca (Tiahuanacu)	Illampu (Achacachi)	Total
<b>SEXO</b>				
• Varón	20%	24%	20%	21%
• Mujer	80%	76%	80%	79%
<b>TIENE HIJOS</b>				
• Tiene hijos	96%	96%	96%	96%
• Esperando el primero	4%	4%	4%	4%
<b>EDAD</b>				
• 18-24 años	26%	18%	20%	21%
• 25-34 años	36%	42%	42%	40%
• 35-44 años	26%	24%	34%	28%
• 45-49 años	12%	16%	4%	11%
<b>DONDE VIVE</b>				
• Pueblo	100%	52%	56%	69%
• Comunidad campesina	0%	48%	44%	31%
<b>OCUPACION PRINCIPAL</b>				
• Agricultura	4%	46%	44%	31%
• Comercio	54%	16%	34%	35%
• Artesanía	6%	18%	10%	11%
• Otro	36%	20%	12%	23%
<b>NIVEL DE INSTRUCCION</b>				
• Primaria o menos	44%	52%	50%	49%
• Primaria completa	14%	8%	18%	13%
• Secundaria incompleta	22%	20%	16%	19%
• Bachiller o más	20%	20%	16%	18%
<b>Total (Número)</b>	50	50	50	150

## **2. Los Resultados Más Importantes del Estudio.**

- Los “horas pico” de audiencia de radioemisoras son las 7-8 de la mañana y las 7-8 de la noche. Mientras que en las comunidades se tiende a escuchar la radio más en las noches, en los pueblos y en las zonas periurbanas se escucha la radio más en las mañanas. Se escucha más radio de lunes a viernes que los fines de semana. Varones y mujeres acceden a la radio en los mismos horarios y prefieren mas o menos los mismos programas.
- El 65% de los entrevistados escucha habitualmente San Gabriel especialmente en las comunidades campesinas. El 39% escucha Metropolitana, especialmente en El Alto y algunos en los pueblos (particularmente en Tiahuanacu). En estos lugares se escucha también Fides y Panamericana.
- Los programas de radio con mayor preferencia son las noticias (83%), radionovelas (57%) y programas musicales (53%).
- El 63% de los entrevistados escucha la radionovela “Diario de un Destino”, especialmente las mujeres mayores de 25 años, agricultores/as, que viven en comunidades campesinas y con cierto nivel de instrucción (primaria y secundaria incompleta).
- Diario de un Destino es, con mucho, la radionovela más escuchada en estos momentos (el 62% de los que afirmaron escuchar radionovelas escucha Diario de un Destino, contra el 9% de la segunda novela más importante).
- Existe un 66% de recordación espontánea de la radionovela. Del 100% que la escuchan, el 66% la mencionó en primer lugar y de manera espontánea.
- Del 100% de la audiencia de Diario de un Destino, el 10% la escucha hace tres meses, el 23% hace 2 meses, el 23% hace un mes y el 36% hace menos de un mes.
- El 45% de los oyentes de Diario de un Destino escucha la radionovela todos los días, especialmente los segmentos que demostraron un mayor nivel de audiencia: mujeres mayores de 25 años, viven en

comunidades campesinas, son agricultoras y tienen cierto nivel de instrucción formal.

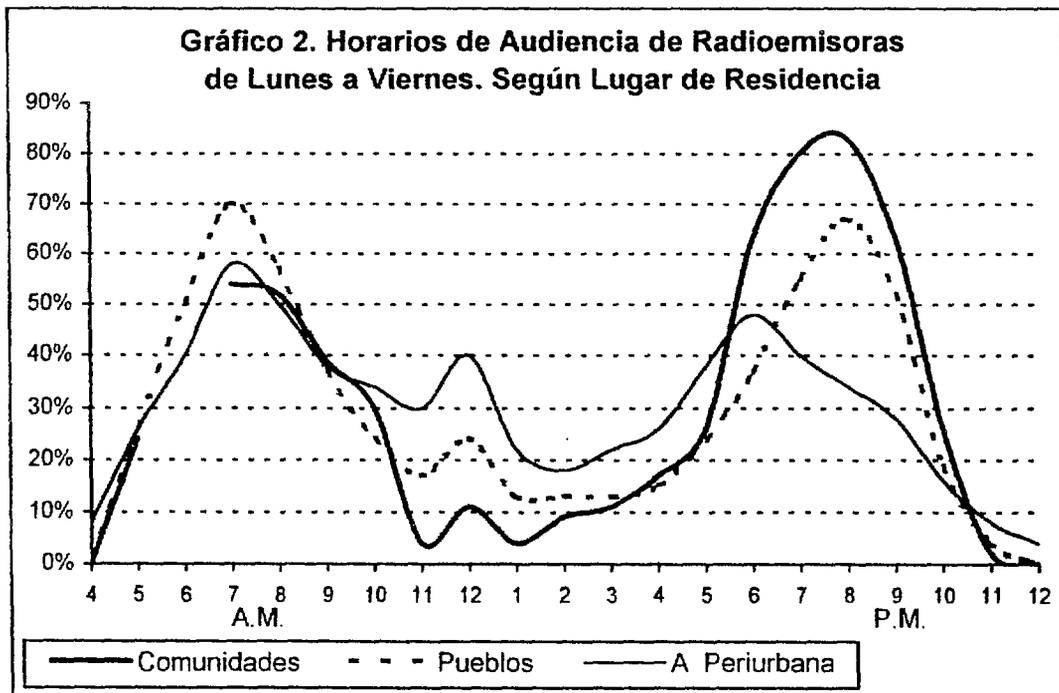
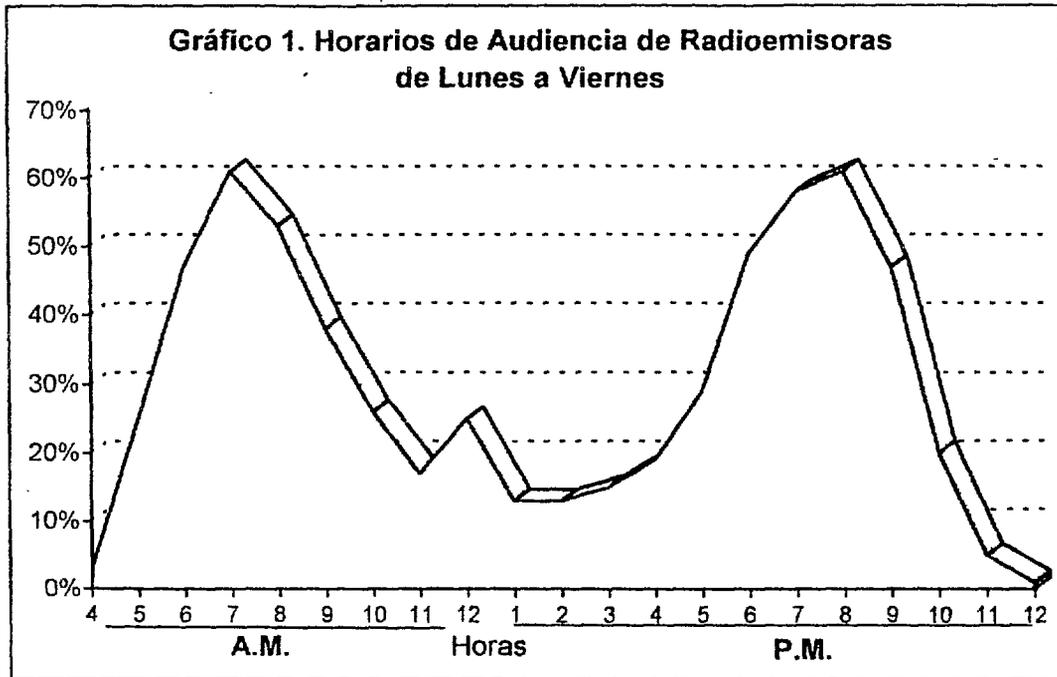
- Del 100% de oyentes, el 72% escucha Diario de un Destino en San Gabriel, principalmente en las comunidades campesinas y el pueblo de Tiahuanacu. El 23% escucha la radionovela en Metropolitana, principalmente en El Alto.
- El 70% de los entrevistados escucha la radionovela con toda la familia o con algunos miembros de la familia. Las personas con quienes preferente se escucha Diario de un Destino son la esposa o el esposo.
- El 62% comenta el contenido de la radionovela con otras personas, especialmente con familiares.
- Al 93% de los oyentes les gusta Diario de un Destino principalmente por su contenido educativo. La mitad de los oyentes menciona explícitamente su contenido referido a la salud reproductiva como algo que les gusta de esta radionovela.
- El 68% de los oyentes de esta radionovela afirma que no encuentra nada que no le guste de Diario de un Destino.
- Al 93% de estos oyentes les gusta la emisora por la cual transmiten la radionovela y 78% de ellos está conforme con los horarios.
- El 84% de los que escuchan Diario de un Destino afirma que han aprendido de esta radionovela a identificar señales de peligro en el embarazo, parto, postparto y con el recién nacido o que hay que ir inmediatamente al servicio de salud cuando se presentan estas señales. La comprensión es más alta entre quienes escuchan la radionovela hace 2 o más meses.
- Tanto los que escuchan Diario de un Destino como los que no escuchan esta radionovela manifiestan respuestas similares cuando se les pregunta qué debe hacer un esposo si se presentan complicaciones en su esposa embarazada: el 8% de ambos grupos afirma que debe consultar primero con una persona mayor, el 20% dice que debe consultar con la partera y el 70% cree que debe ir inmediatamente al servicio de salud.

- El 29% del total de entrevistados escuchó propaganda sobre la radionovela Diario de un Destino.
- El 64% del total de entrevistados escuchó la radioserie dirigida a esposos de mujeres en edad fértil en los que un esposo habla sobre lo que hay que hacer cuando se presentan complicaciones obstétricas y/o neonatales. Estos programas fueron escuchados principalmente por varones mayores de 35 años, no agricultores, que viven en El Alto y en el pueblo de Tiahuanacu. Estos microprogramas gustaron mucho al 76% de estas personas.
- El 12% del total de entrevistados escuchó alguna vez la radionovela Sambo Angolito.

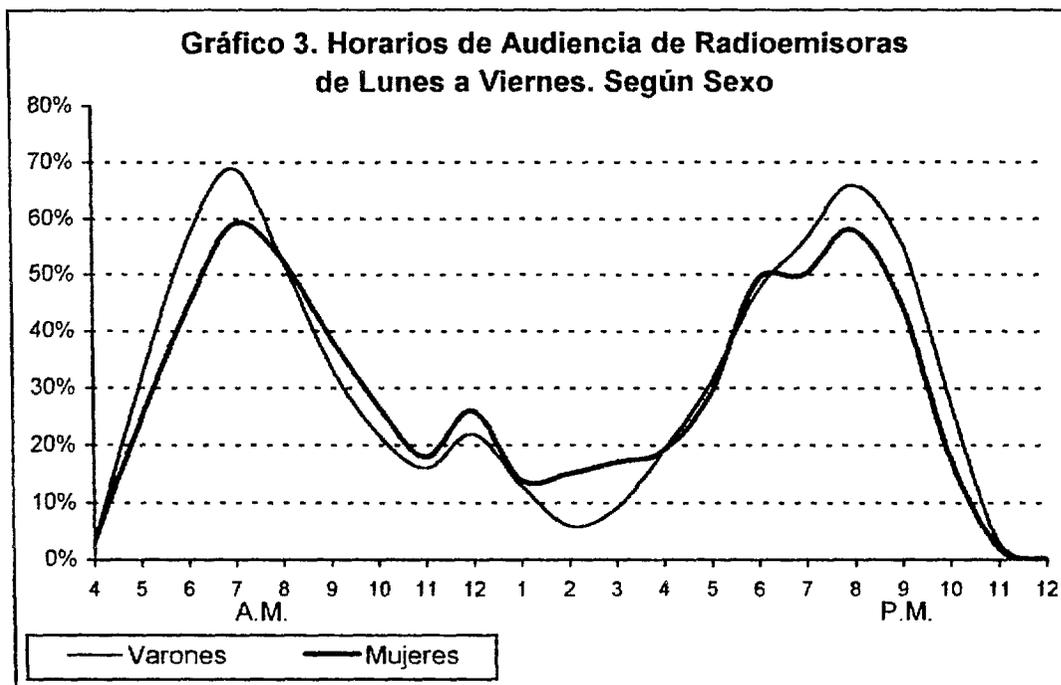
# **III RESULTADOS**

# A. HABITOS DE AUDIENCIA DE PROGRAMAS DE RADIO

## 1. Horarios de Audiencia de Radioemisoras.

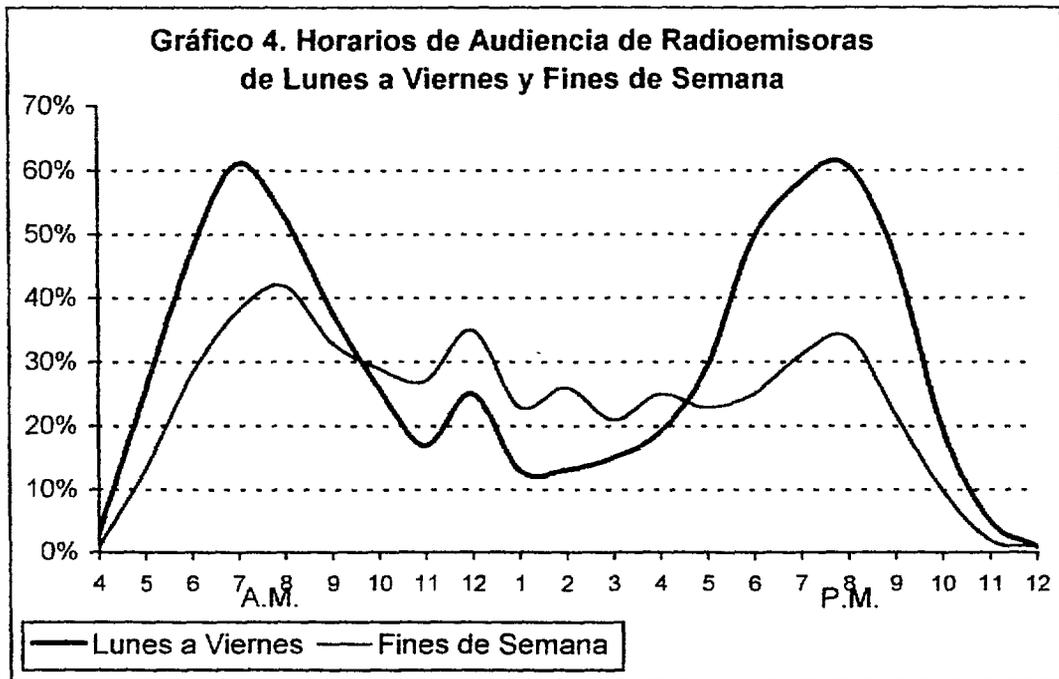


- Las horas pico de audiencia son en entre las 7 y 8 de la mañana y de la noche. A medio día, la audiencia –aunque significativa- no es la más importante (Gráfico 1)
- En el área periurbana (El Alto), el nivel de audiencia es más estable en la mañana, medio día y hasta las 6 de la tarde (Gráfico 2). El nivel alto de audiencia a medio día es el más alto (40%). A partir de las 6PM el nivel de audiencia disminuye considerablemente debido a la predominancia de la TV en la noche<sup>1</sup>.
- En las comunidades campesinas, la audiencia nocturna es la más importante, especialmente de 7 a 9 hrs (Gráfico 2)
- En los pueblos de Tiahuanacu y Achacachi, el nivel de audiencia más importante es el de la mañana (Gráfico 2). A pesar de la presencia de la televisión en estos lugares, la audiencia de radio en la noche sigue siendo importante.



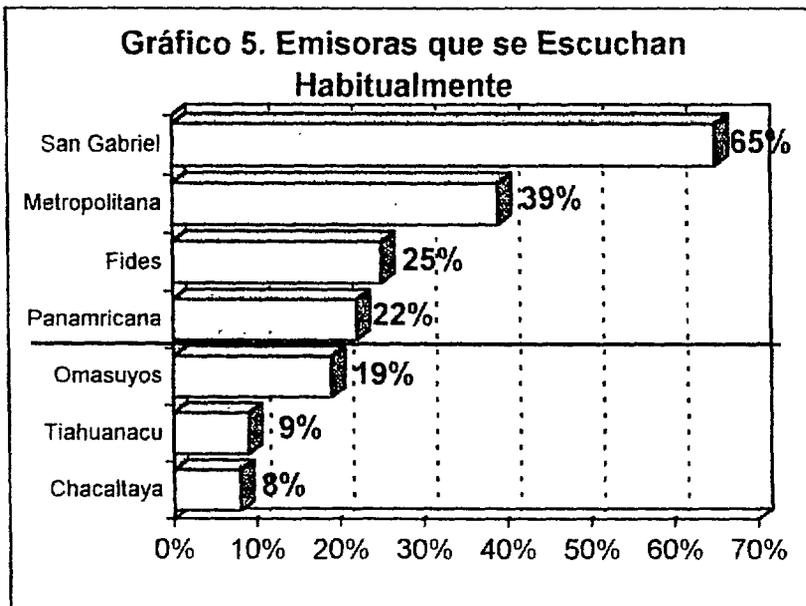
Es importante destacar que de acuerdo al Gráfico 3, no existe una audiencia segmentada según sexo. Los varones y las mujeres escuchan al mismo tiempo la radio y, como veremos más adelante, escuchan las mismas emisoras. Ello explica el alto porcentaje de varones que escucha la radionovela Diario de un Destino. De igual manera no se han observado diferentes hábitos en el horario de audiencia de radio según edad y nivel de instrucción.

<sup>1</sup> Ver el Documento No. 1.



Se observa un drástico cambio de pautas de audiencia de radio cuando se considera el fin de semana. Los sábados y domingos el nivel de audiencia baja considerablemente, especialmente en los pueblos y comunidades campesinas; de acuerdo a anteriores estudios realizados por Diagnósis se sabe que estos días las ferias campesinas y las prácticas festivas y deportivas limitan la audiencia de radioemisoras.

**2. Emisoras que se Escuchan Regularmente.**



Las emisoras con mayor nivel de audiencia entre el conjunto de entrevistados es San Gabriel (Gráfico 5): 2 de cada 3 entrevistados escuchan normalmente esta emisora.

Las personas que escuchan esta emisora viven en el área provincial (Tiahuanacu y Achacachi) y se dedican a la agricultura.

El Gráfico 5 muestra el nivel de audiencia de dos tipos de emisoras:

- Las emisoras “regionales” (que tienen un importante nivel de audiencia en los tres distritos de salud): San Gabriel, Metropolitana, Fides y Panamericana
- Las emisoras “locales” (con una audiencia focalizada): Omasuyos en Achacachi, Tiahuanacu en Tiahuanacu y Chacaltaya en El Alto.

a) Emisoras Regionales.

Entre las emisoras regionales se observan a su vez dos tipos:

- Emisoras con mayor audiencia entre los campesinos de las comunidades de Tiahuanacu y Achacachi (San Gabriel), con mayor audiencia en las noches.
- Emisoras con mayor audiencia entre comerciantes, artesanos y otros que viven en El Alto y en los pueblos de Tiahuanacu y Achacachi (Metropolitana, Fides y Panamericana):
  - Metropolitana y Fides tienen una audiencia especialmente en El Alto durante más o menos todo el día.
  - Panamericana se escucha en el pueblo de Achacachi, pero sobre todo en Tiahuanacu, casi exclusivamente para escuchar noticias de medio día.

b) Emisoras Locales.

- El 60% de los entrevistados en Achacachi (del pueblo y las comunidades) escucha radio Omasuyos, especialmente en las mañanas.
- El 28% de los entrevistados en Tiahuanacu escucha la emisora “Tiahuanacu”, particularmente los que viven en el pueblo. Su horario de mayor audiencia es el medio día.
- El 24% de los entrevistados en El Alto escucha Chacaltaya, principalmente las mujeres que no son comerciantes (artesanas, empleadas, profesoras)<sup>2</sup>. Su horario de mayor audiencia es durante la mañana.

---

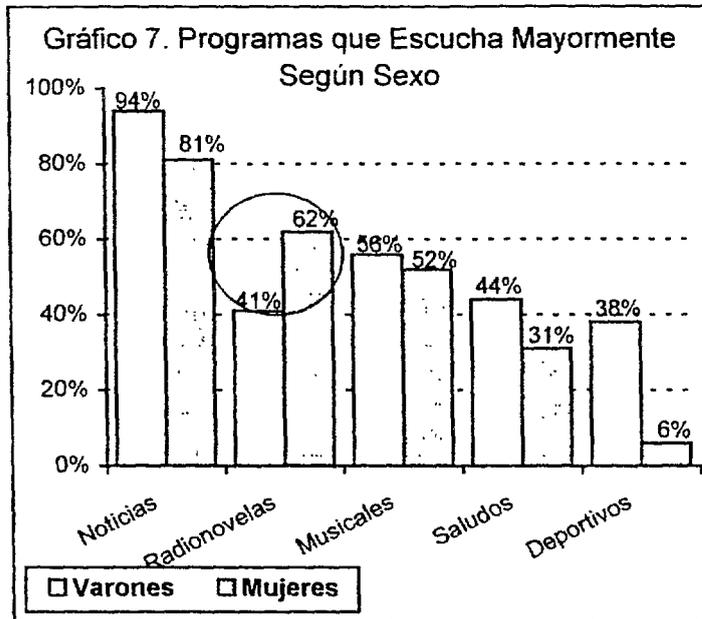
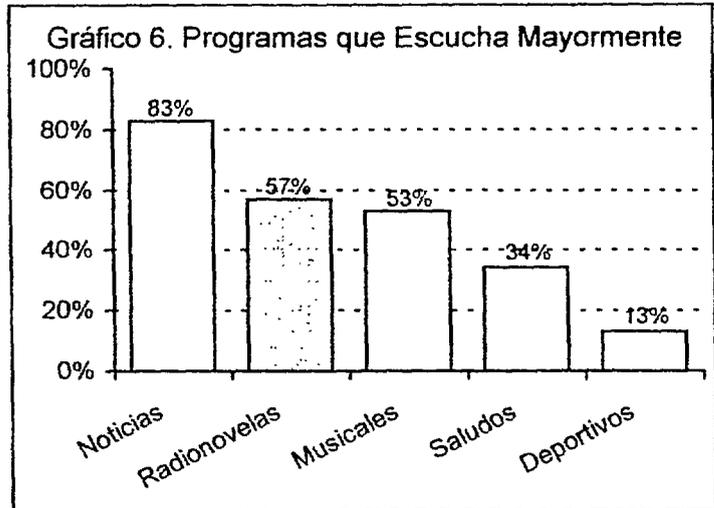
<sup>2</sup>

Las comerciantes de El Alto escuchan casi todo el día Metropolitana.

**3. Audiencia de Programas de Radio.**

Los resultados que se expresan en el Gráfico 6 confirman algunas constataciones de otros estudios de esta serie<sup>3</sup>: La radio es principalmente utilizada como un medio de contacto con las noticias nacionales y con las noticias locales: 8 de cada 10 radioescuchas tiene como uno de sus programas favoritos las noticias.

El 57% de los entrevistados escucha las radionovelas. Este es precisamente un dato que no coincide con anteriores estudios de esta serie. Antes de la emisión de la radionovela *Diario de un Destino*, la audiencia de este tipo de programas era muy baja. Como veremos más adelante, el incremento de audiencia de radionovelas se debe básicamente a la audiencia de *Diario de un Destino*.



Las radionovelas son el único tipo de programas en el que la preferencia de las mujeres supera a la de los varones (Gráfico 7). 6 de cada 10 mujeres escucha mayormente radionovelas: especialmente en las comunidades campesinas, quienes se dedican a la agricultura, en Tiahuanacu, de mediana edad (entre 35 a 44 años) y con menor nivel de instrucción (primaria o menos)

<sup>3</sup> Ver el documentos No. 6 de esta Serie.

## B. NIVELES DE AUDIENCIA DE LA RADIONOVELA DIARIO DE UN DESTINO

### 1. Nivel de Audiencia Total de la Radionovela.

6 de cada 10 entrevistados ha escuchado la radionovela Diario de un Destino (Gráfico 8). De acuerdo a otros estudios realizados por Diagnósis sobre el nivel de audiencia de programas educativos y/o campañas de tipo comercial, se puede afirmar que el nivel de audiencia de la radionovela es muy alto.

Esta cobertura lograda por la difusión de la radionovela es aún más relevante, si se considera la diversidad cultural y socioeconómica de los tres distritos de salud considerados en el presente diagnóstico.

Gráfico 8. Ha Escuchado la Radionovela Diario de un Destino?

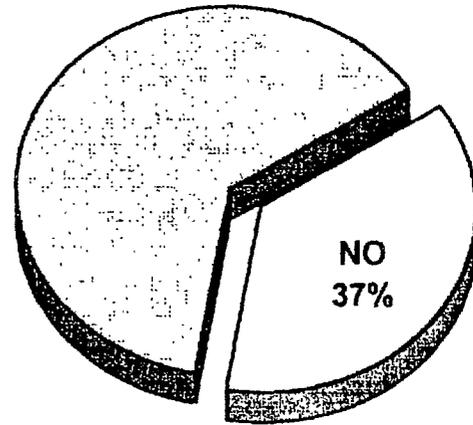
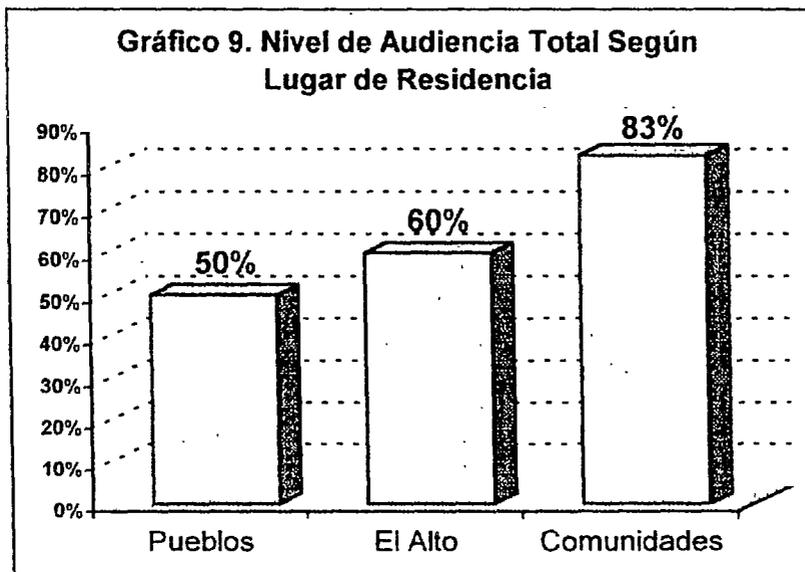


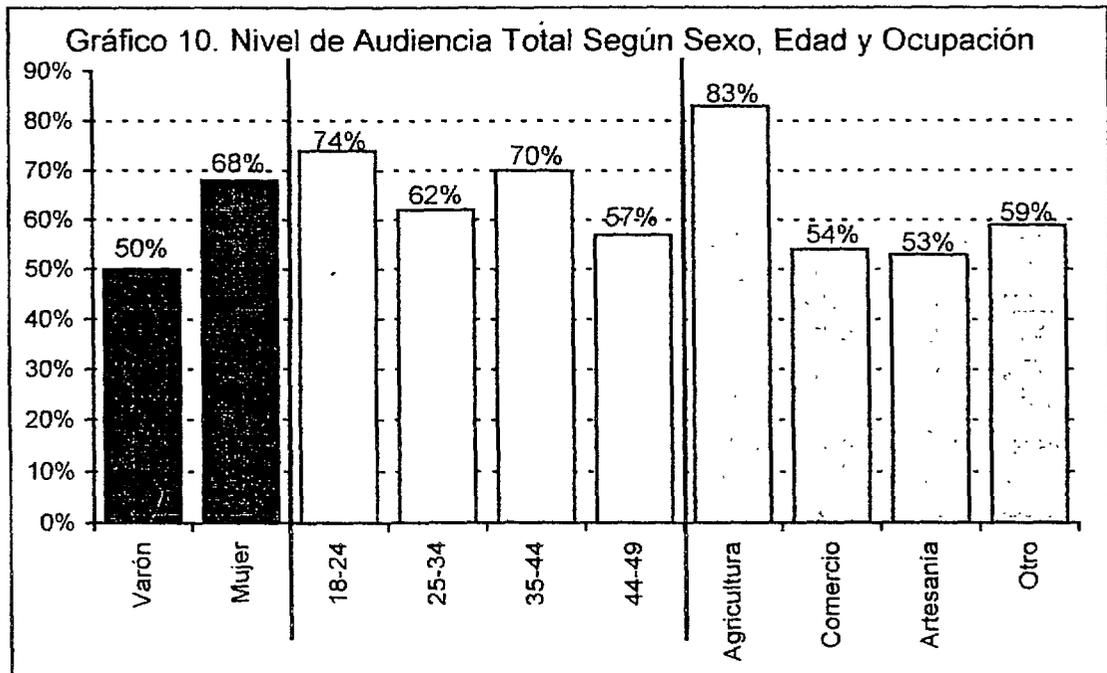
Gráfico 9. Nivel de Audiencia Total Según Lugar de Residencia



El Gráfico 9 muestra que el mayor nivel de audiencia de Diario de un Destino se logró en las comunidades campesinas: el 83% de estos entrevistados estuvo expuesto al contenido de esta radionovela; se trata de una cobertura casi total.

En El Alto el nivel de audiencia es mayor que en los pueblos de Tiahuanacu y

Achacachi, donde Diario de un Destino tuvo una menor audiencia relativa.



Diario de un Destino logró una mayor audiencia total entre las mujeres (cuadro 10). Como ya se mencionó antes, son las mujeres las que escuchan con mayor frecuencia las radionovelas en general (Gráfico 7). Sin embargo es significativo que el 50% varones entrevistados haya escuchado Diario de un Destino si se toma en cuenta que en anteriores estudios, sólo el 14% de los jefes de hogar de los distritos de salud donde trabaja MotherCare escuchaba radionovelas<sup>1</sup>.

Confirmando el nivel de audiencia logrado en las comunidades campesinas (Gráfico 9), se observa que Diario de un Destino llegó sobre todo a los agricultores (Gráfico 10).

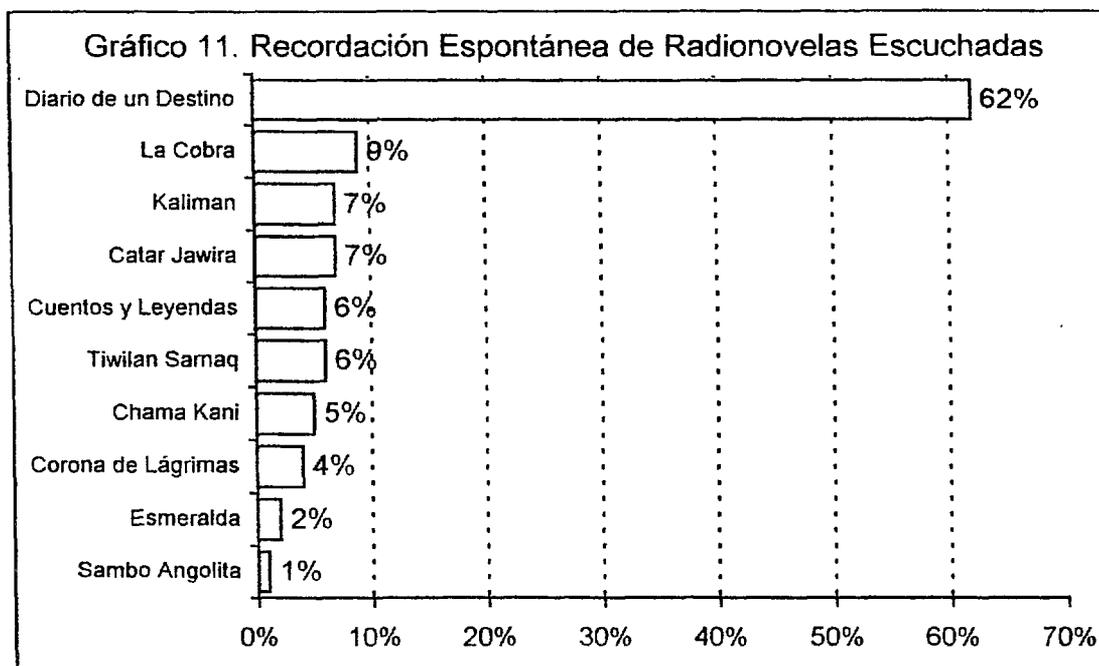
Finalmente los entrevistados con cierto nivel de instrucción (entre primaria y secundaria incompleta) fueron los que más escucharon la radionovela.

A partir de la información de los anteriores gráficos se pueden construir dos perfiles:

Escucharon a la Radionovela (63%)	No Escucharon la Radionovela (37%)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Mujeres</li> <li>Con estudios primarios y secundaria incompleta</li> <li>De las comunidades campesinas</li> <li>Agricultoras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Varones y Mujeres</li> <li>Algunos no entraron a la escuela. Otros son bachilleres o tienen estudios superiores</li> <li>De los pueblos de provincia (Tiahunacu, Achacachi)</li> </ul>

<sup>1</sup> Ver Documento No 6 de esta Serie.

Otra manera de identificar el grado de exposición de los entrevistados a la radionovela Diario de un Destino es analizar la recordación espontánea de la radionovela: si se considera al 100% de todos los entrevistados (en total 150 personas), se tiene que el 63% escuchó la radionovela; sin embargo, si se toma en cuenta como el 100% sólo a los que afirmaron que les gusta escuchar radionovelas (en total 85 personas de los 150 entrevistados)<sup>2</sup>, se tiene que el 62% recuerda espontáneamente esta radionovela (Gráfico 11).

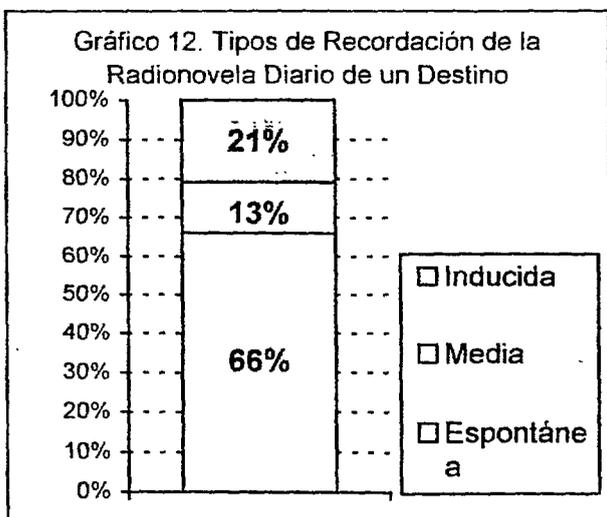


El Gráfico 11 muestra básicamente dos cosas:

- La posición dominante de Diario de un Destino en el conjunto de las radionovelas. En otras palabras, la principal oferta en radionovelas es Diario de un Destino.
- Muchos entrevistados sólo escuchan Diario de un Destino y no otra novela más. Existe cierto nivel de lealtad a la novela.

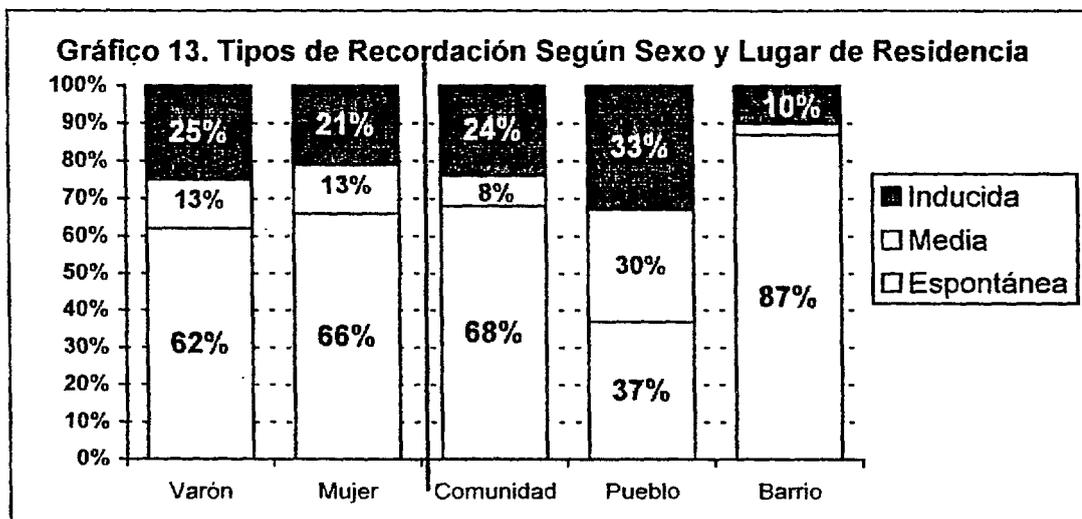
## **2. Grados de Recordación de la Radionovela.**

No sólo basta con identificar el nivel de audiencia total de la radionovela Diario de un Destino. Una vez identificado este nivel, es necesario establecer los grados de audiencia. Para establecer estos grados en primera instancia se analizará los grados de recordación de la radionovela.



Del 100% de personas que escucharon la radionovela Diario de un Destino (95 personas de 105 entrevistados), el 66% mencionó esta radionovela de manera espontánea (Gráfico 12)<sup>3</sup>. Es decir, 2 de cada 3 personas expuestas a esta radionovela la recordó espontáneamente. Este porcentaje da cuenta de la importancia relativa que la radionovela reviste para la mayoría de los que la escucharon.

A quienes en una primera instancia no afirmaron haber escuchado Diario de un Destino, se les mencionó el título para ver si recordaban la radionovela<sup>4</sup>: el 13% de la audiencia total mencionó su contacto con la radionovela en esta segunda instancia. Finalmente, en una tercera instancia se describió brevemente la trama de la radionovela a quienes afirmaron no escucharla: el 21% recordó haber escuchado en esta tercera oportunidad.



Como se observa en el Gráfico 13 los que demuestran un mayor nivel de recordación espontánea son los que viven en los barrios de El Alto y levemente más los varones. La debilidad de llegada de la radionovela a los pueblos de Tiahua-

<sup>3</sup> Este 66% del total de los que escucharon la radionovela, representa el 42% del total de los entrevistados (150 personas).

<sup>4</sup> Ver Anexo

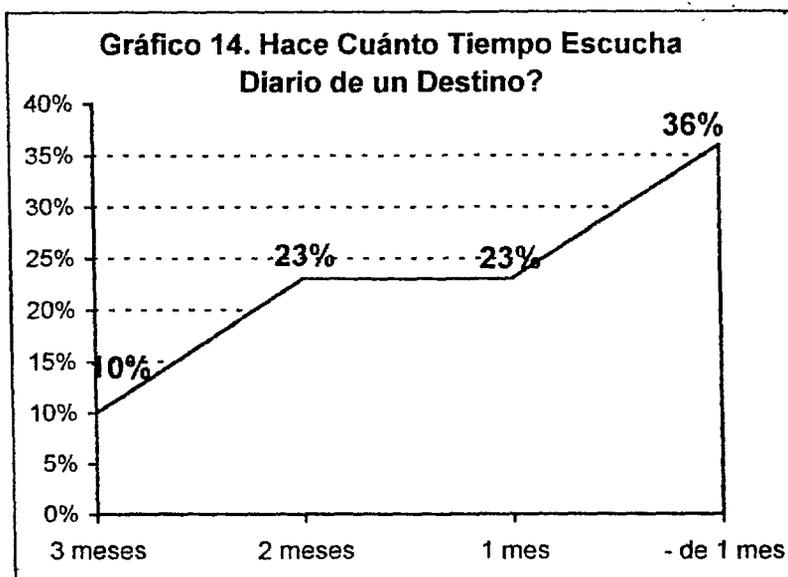
nacu y Achacahci se confirma, pues en ellos se observa el nivel más bajo de recordación espontánea.

En suma, la recordación espontánea más alta fue demostrada por los que viven en zonas periurbanas (El Alto) y las mujeres de 18 a 24 años y de 35 a 44 años en general.

### **3. Tiempo de Audiencia.**

La audiencia de Diario de un Destino es relativamente reciente (Gráfico 14). Un tercio escucha la radionovela hace menos de un mes del momento de realización de la encuesta (28 de septiembre).

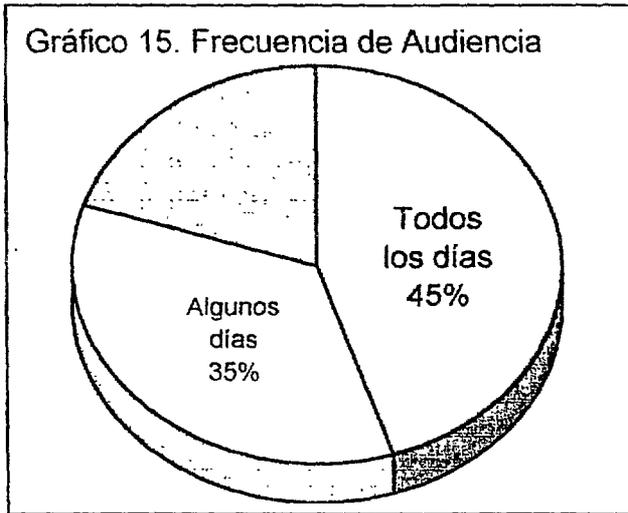
El 56% escucha desde hace uno o dos meses y sólo el 10% escucha casi desde que se iniciara la transmisión de la radionovela.



Se trata de un proceso normal de este género de programas en los cuales su penetración en la audiencia es más bien progresiva y relativamente lenta.

- Quienes escuchan la radionovela hace tres meses son sobre todo comerciantes varones y mujeres, menores de 24 años y con estudios hasta primaria incompleta.
- Quienes se añadieron a la audiencia de Diario de un Destino hace menos de un mes son principalmente los de El Alto y la zona de Tiahuanacu, varones, artesanos y con niveles de instrucción iguales o mayores a la secundaria.
- Las mujeres agricultoras de comunidades campesinas y de El Alto, y personas con niveles de instrucción secundaria y bachiller, de 18 a 24 años y de 35 a 44 años, escuchan la radionovela desde hace 1 o 2 meses.

4. Frecuencia de la Audiencia.

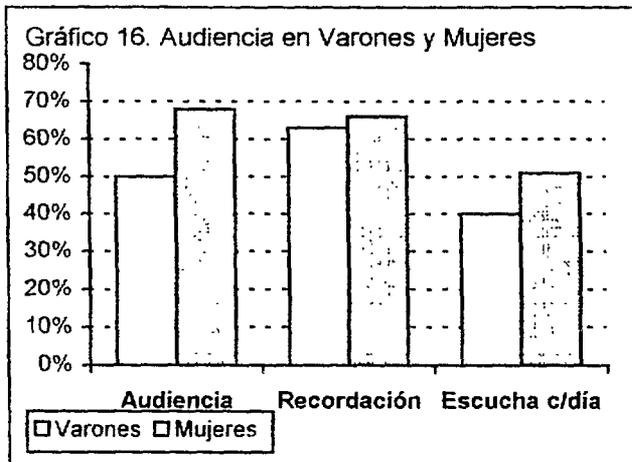


El Gráfico 15 muestra una frecuencia de audiencia que podría calificarse de "media". Si bien casi la mitad de los que escuchan Diario de un Destino lo hacen todos los días, un tercio lo hace sólo algunos días y un quinto rara vez.

Del 100% de quienes escuchan todos los días la radionovela, la mayoría lo hace porque valora el contenido educativo de la misma (69%). Un 12% se refiere a que la radionovela es bonita y 12% habla de los horarios cómodos.

Como se verá más adelante, el contenido educativo de la novela es uno de los elementos más valorados por los entrevistados; este elemento va acompañado de una comprensión relativamente alta del contenido de la radionovela<sup>5</sup>.

Los que no escuchan todos los días la radionovela, afirman que no lo hacen sobre todo por falta de tiempo (67%). Es decir, tanto en las razones para escuchar todos los días, como en las razones para no hacerlo, existe una aprobación del contenido de la radionovela. El 15% de los que no escuchan todos los días prefieren la televisión a la radio, especialmente en el pueblo de Achacachi.



El Gráfico 16 muestra que, la correlación de audiencia se da entre el porcentaje total de audiencia y el escuchar la radionovela todos los días. En este caso, son las mujeres las que demuestran una audiencia mayor que los varones.

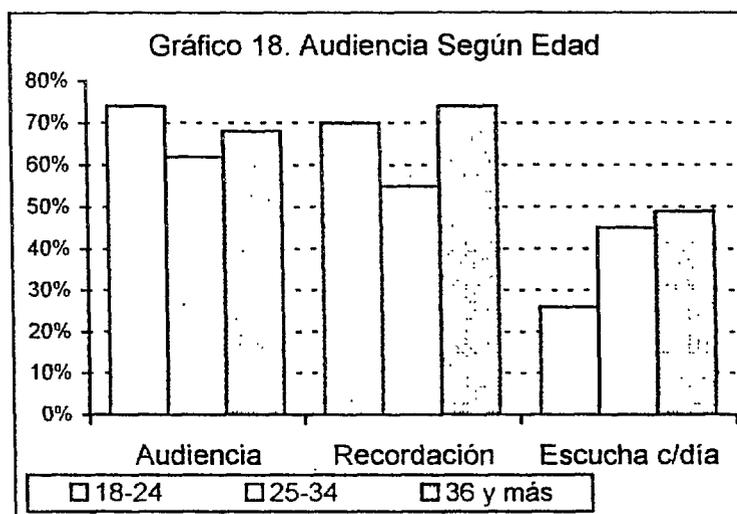
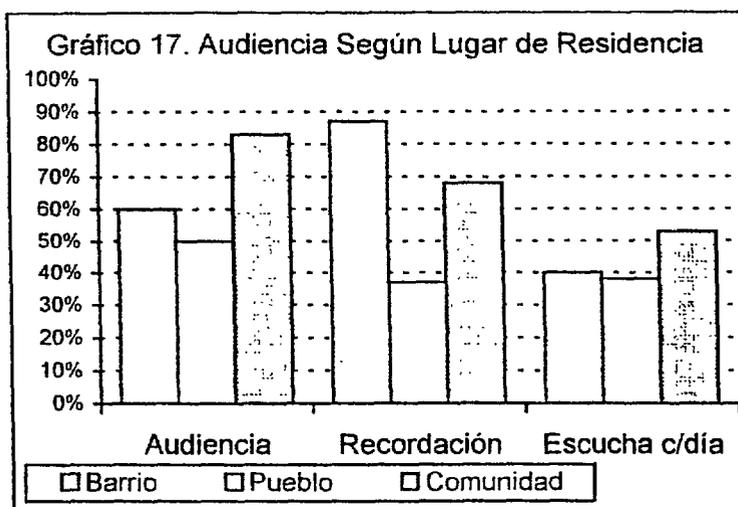
En el caso de los varones y mujeres, la recordación espontánea no juega un papel importante en las prácticas de audiencia: una persona puede escuchar la radionovela todos los días, aunque no la men-

cione espontáneamente en la entrevista.

5

La valoración del contenido educativo de la radionovela es el factor que explícitamente mencionan los entrevistados como motivador para la audiencia diaria de la misma. Sin embargo, es posible que existan otros factores no declarados que jueguen un rol importante en la audiencia de esta radionovela.

Según el Gráfico 17, a los que habitan en los barrios (El Alto) les sucede más o menos lo mismo que a los varones: tienen mayor capacidad de recordación espontánea de la radionovela, pero, en la práctica, su exposición a la misma es menor que en las comunidades campesinas. En todos los indicadores, la audiencia en los pueblos es baja.



Aunque los entrevistados de 18-24 años demuestran una audiencia y un nivel de recordación amplios (Gráfico 18), su práctica de escuchar todos los días es más bien débil.

En cambio, las personas mayores de 25 años demuestran una mayor audiencia cotidiana de la radionovela.

De acuerdo a la información de los Gráficos 16, 17 y 18, se pueden llegar a las siguientes constataciones:

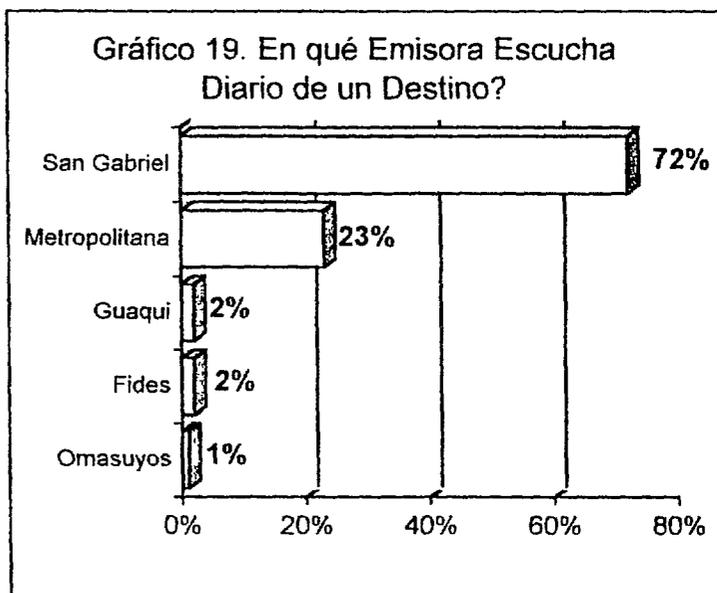
- El nivel de recordación espontánea de la radionovela, no necesariamente está asociado a una audiencia real y cotidiana de la misma. Los que espontáneamente pueden recordar más la radionovela no necesariamente la escuchan todos los días y tampoco tienen los mayores niveles de audiencia total. Las personas que pueden recordar espontáneamente la novela pero que no la escuchan todos los días son:
  - los varones
  - las personas que viven en El Alto
  - comerciantes y artesanos
  - menores de 24 años y
  - con cierto nivel de instrucción (secundaria incompleta)

- Las personas más expuestas a la radionovela, no necesariamente la recuerdan espontáneamente. Los segmentos con mayor nivel de audiencia total y que tienden a escuchar la radionovela todos los días son:
  - las mujeres mayores de 25 años
  - viven en las comunidades campesinas
  - se dedican sobre todo a la agricultura
  - tienen cierto nivel de instrucción (primaria incompleta)
- En los pueblos de Tiahunacu y de Achacachi, el nivel de audiencia es menor, de modo que estos entrevistados tienen porcentajes menores a los otros segmentos en cuanto a recordación espontánea de la novela y en cuanto a audiencia cotidiana de la misma.

### 5. Emisoras y Horarios de Audiencia.

7 de cada 10 personas que escuchan *Diario de un Destino* lo hacen a través de San Gabriel. Esto es comprensible si se toma en cuenta que, en general, el 65% de los entrevistados escucha regularmente esta emisora (Gráfico 5).

Todos los que escuchan *Diario de un Destino* en la zona de Tiahuanacu lo hacen a través de San Gabriel<sup>6</sup>. En cambio, el 95% de las personas que escuchan en la zona de Achacachi lo hacen a través de San Gabriel, el 5% restante afirma escuchar *Diario de un Destino* a través de Omasuyos.



En cambio, en El Alto, el 54% escucha *Diario de un Destino* a través de Metropolitana, el 40% a través de San Gabriel.

Los entrevistados que escuchan San Gabriel, sintonizan la novela básicamente en las noches. En cambio, los que escuchan Metropolitana escuchan la radionovela en las tardes.

<sup>6</sup> Una persona, además de escuchar la radionovela por San Gabriel afirma haber escuchado esta radionovela en la radioemisora Guaqui.

## C. HABITOS DE AUDIENCIA Y EVALUACION DE LA RADIONOVELA DIARIO DE UN DESTINO

### 1. Con Quiénes Escucha la Radionovela.

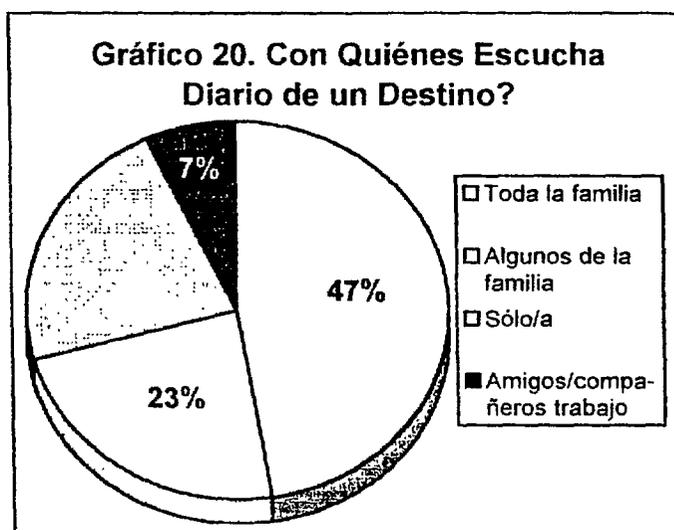
El 91% de los que escuchan la radionovela Diario de un Destino lo hace en su casa. Sólo un 5% escucha esta radionovela en su trabajo (generalmente comerciantes de El Alto que escuchan la radionovela en sus puestos de venta).

Como se puede observar en el Gráfico 20, cerca de la mitad de los entrevistados escuchan Diario de un Destino con toda la familia. Si a ello se suma los que escuchan la radionovela con algún miembro de la familia se tiene que el 70% escucha la novela acompañado de por lo menos un familiar.

Ahora del 100% de los que respondieron que escuchan sólo con algún miembro de la familia, el 60% lo hace con el/la

pareja. Ello quiere decir que la participación del esposo es muy importante en los hábitos de audiencia de Diario de un Destino. Este dato está confirmado por un relativamente alto nivel de audiencia de los varones (50%)<sup>1</sup> y porque los horarios de acceso a la radio de varones y mujeres son prácticamente los mismos (Gráfico 3). De hecho, la radionovela estaría sirviendo como un vehículo de información/formación del esposo/pareja que en los hechos juega un rol central en la toma de decisiones cuando se presentan complicaciones obstétricas y neonatales<sup>2</sup>.

Las personas que tienden a escuchar la radionovela con toda la familia son precisamente las que han demostrado un mayor nivel de audiencia de la misma: mujeres agricultoras, mayores de 25 años, que viven en comunidades campesinas y con cierto nivel de instrucción (primaria incompleta).

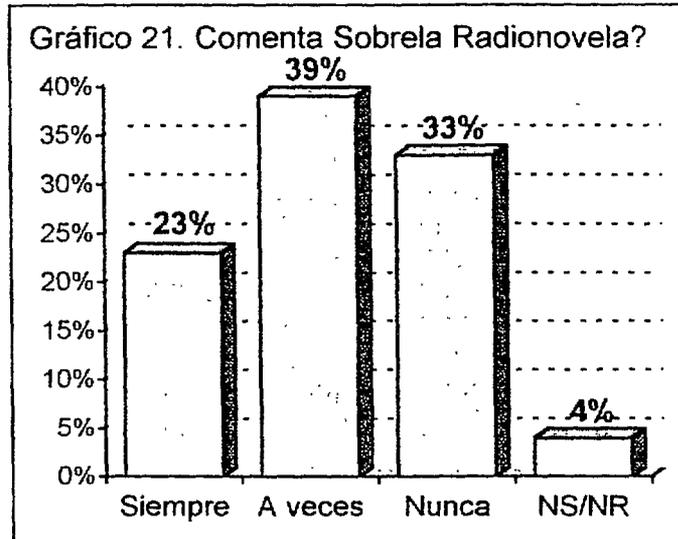


<sup>1</sup> Gráfico 10.

<sup>2</sup> Ver el Documento No. 1 de esta Serie.

En cambio, los que tienden a escuchar solos esta radionovela son los que demostraron un menor nivel de exposición a la misma: no campesinos, menores de 25 años, bachilleres o más. Esta inclinación a escuchar solos la radionovela es particularmente importante en El Alto.

## **2. Con Quiénes Comenta la Radionovela?.**



Nuevamente, los que comentan siempre o casi siempre el contenido de la radionovela con otras personas (Gráfico 21) corresponden al perfil de los que demuestran un mayor nivel de audiencia.

De igual manera, los que no comentan nunca el contenido de la radionovela corresponden a los que menos la escuchan (varones, pueblerinos, no agricultores).

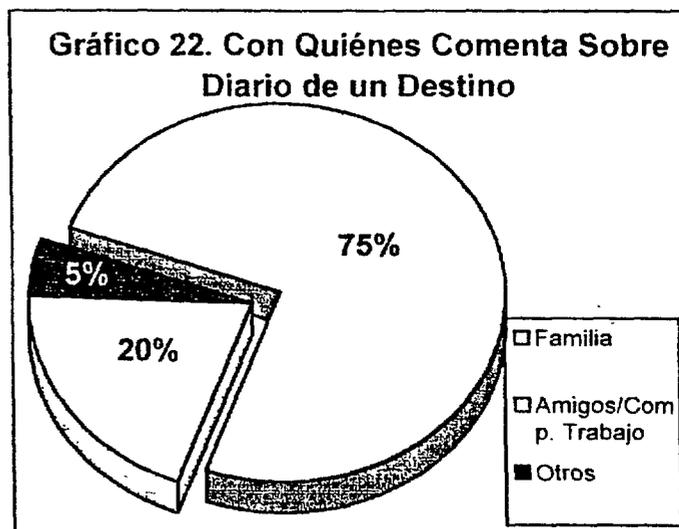
Los resultados expresados en los Gráficos 20 y 21, hacen suponer que existe un proceso de "alimentación mutua y continua" entre:

- La socialización del acto de escucha y de los contenidos de la radionovela.
- El interés innato sobre el tema del que trata la radionovela.
- Y una mayor audiencia de la radionovela.

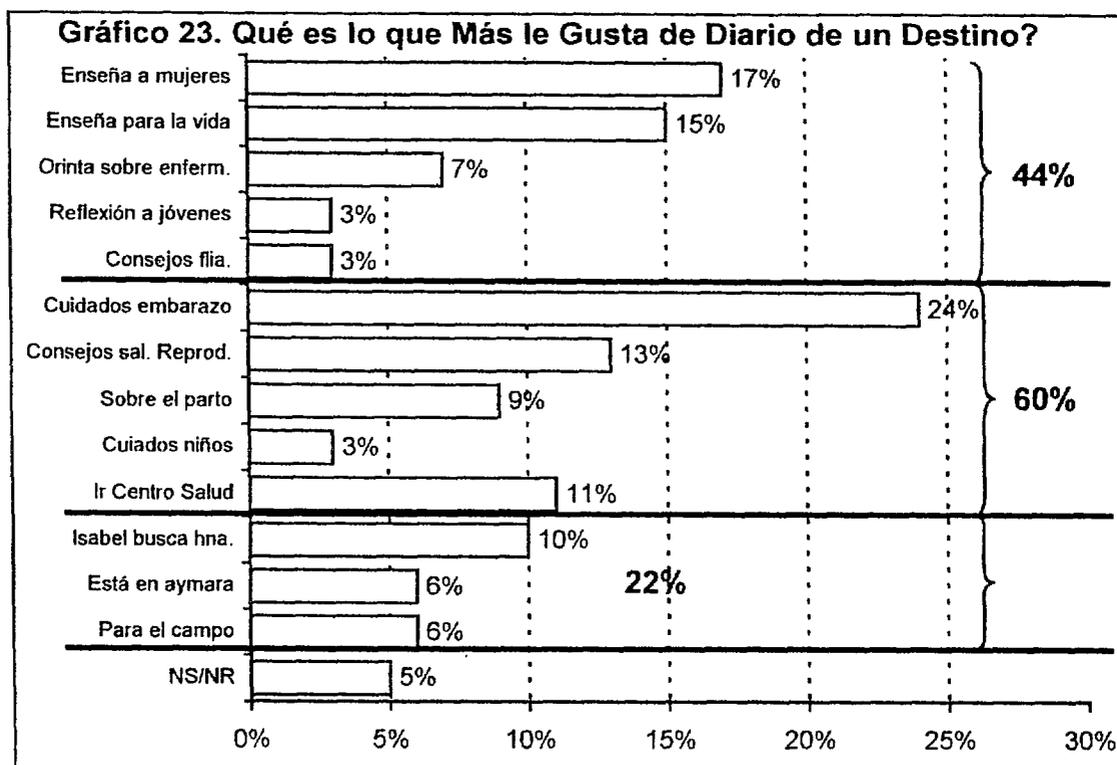
No es posible identificar una relación causal entre estos elementos. Lo más probable es que todos ellos formen un proceso orgánico en el que se alimentan recíprocamente, y en el que cualquiera puede desempeñar una función causal o desencadenante del proceso: a mayor socialización del contenido de la radionovela, mayor interés por el tema y por tanto mayor audiencia de *Diario de un Destino*. El proceso inverso también es factible.

Del 100% de personas que comentan con alguien el contenido de la radionovela, 3 de cada 4 lo hace en el entorno de la familia: la mitad de estas personas que comentan en la familia lo hace con la pareja y la otra mitad con hijos, padres u otros parientes.

Ello quiere decir que tanto por la práctica de audiencia familiar como por la socialización del contenido de la radionovela en el entorno familiar, el esposo/pareja de las mujeres en edad fértil y con hijos o embarazadas por primera vez, tiene la oportunidad de conocer más sobre las señales de peligro en el embarazo, parto, postparto y con el recién nacido.



### 3. Aspectos Positivos y Negativos de la Radionovela.



En el Gráfico 23 se han ordenado las respuestas de los entrevistados sobre el aspecto que más les gusta en la radionovela *Diario de un Destino*, de acuerdo a grupos de respuestas. De esta manera se puede apreciar tanto el valor porcentual de cada respuesta particular, como el valor del grupo de respuestas.

Como se observa en el Gráfico 23, la predominancia de respuestas referidas al contenido educativo de la radionovela es alta: el 44% se refiere a contenidos educativos “generales”, mientras que el 60% habla de contenidos específicos<sup>3</sup>. El principal valor asociado a la radionovela es un cualidad educativa<sup>4</sup>.

Es importante destacar que las respuestas referidas al contenidos educativos específicos (segundo grupo) son las que tienen el mayor porcentaje (49%). No sólo eso, sino que la respuesta particular con mayor porcentaje corresponde a este grupo (cuidados sobre el embarazo 24%). La mitad de los que escuchan *Diario de un Destino* valora el mensaje en salud reproductiva de esta novela, y es capaz de decodificarlo y comprenderlo. Para 1 de cada 4 personas, el embarazo es el tema más importante; estas respuestas coinciden con la intencionalidad de la estrategia de MotherCare de dirigir la atención de las personas preferentemente a la etapa del parto para evitar que muchas complicaciones se agraven<sup>5</sup>.

- Las personas que más destacan este contenido educativo específico de la radionovela (particularmente los cuidados durante el embarazo) son las que escuchan la radionovela hace dos meses y que están expuestas a su mensaje todos los días de la semana. Estas personas también recalcan que les gusta la recomendación de “Ir al Centro de Salud”.
- En cambio, las que destacan los contenidos educativos genéricos son las que escuchan la radionovela hace un mes o menos, no escuchan todos los capítulos de la semana y generalmente no comentan el contenido de la radionovela con nadie.

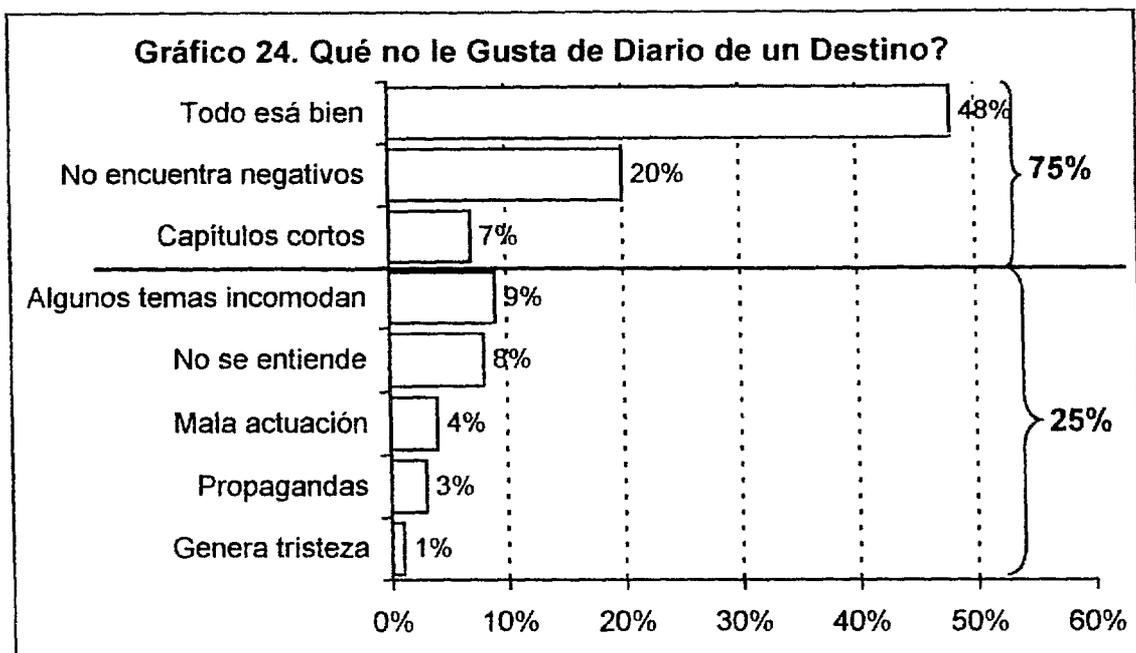
El Gráfico 24 (pág. siguiente) expresa claramente que los entrevistados no logran verbalizar aquellas cosas de *Diario de un Destino* que les causan insatisfacción o que simplemente no hay aspectos negativos que eclipsen a los aspectos valorados positivamente. 3 de cada 4 personas que escuchan *Diario de un Destino* creen que todo está bien o no logran precisar aspectos negativos.

---

<sup>3</sup> La suma de porcentajes es mayor al 100% porque cada entrevistado tuvo la oportunidad de dar más de una respuesta.

<sup>4</sup> Es necesario recalcar que en este tipo de respuestas, el entrevistado/a tiende a racionalizar sus actitudes y valoraciones, dejando de lado algunos motivos más profundos y a veces inconscientes por los cuales escucha realmente la radionovela. Con todo, este tipo de respuesta da cuenta de la importancia que tiene, para los entrevistados, el carácter educativo de la radionovela.

<sup>5</sup> Ver Documento No 1 de la presente Serie.

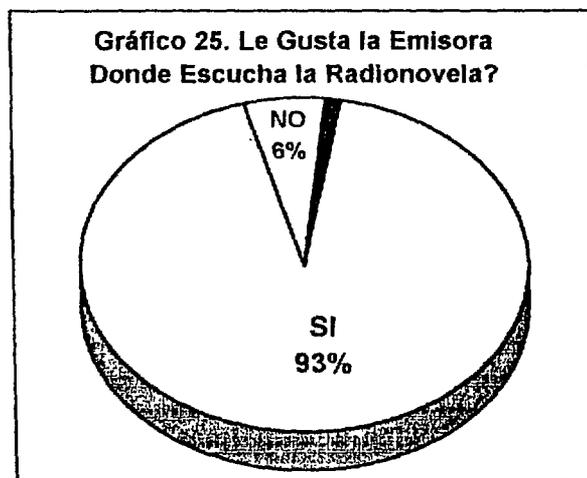


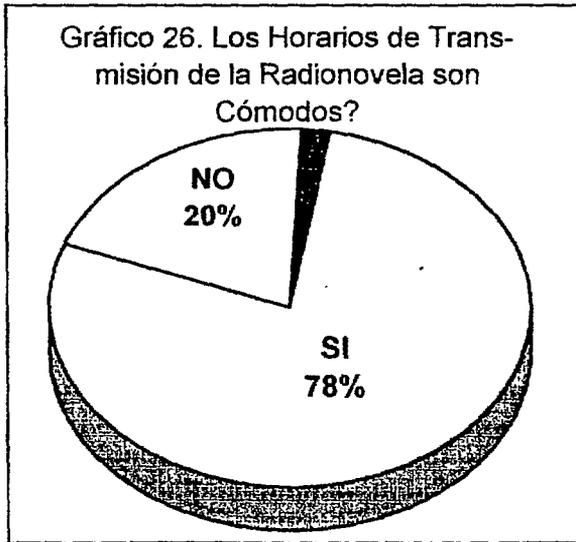
Es importante destacar cuando se induce a los entrevistados a examinar los aspectos negativos, dejan de hacer énfasis en el contenido para hacer énfasis de algunos aspectos técnicos como el que la radionovela no se entienda o la mala actuación. Sólo el 9% de estos entrevistados afirmó que algunos temas tratados en la radionovela incomodan.

**4. Evaluación de las Emisoras y Horarios de Emisión de la Radionovela.**

Como se observa en el Gráfico 25, la gran mayoría de los entrevistados está satisfecho con la emisora en la cual se transmite la radionovela. No podría ser de otro modo ya que lo más probable es que fuera a través del hábito de escuchar su emisora favorita que tuvieron contacto con la radionovela y no al revés.

Las pocas personas que no están satisfechas con la emisora en la que escuchan la radionovela son principalmente artesanos de El Alto y Achacachi, estos artesanos no se identifican ni con San Gabriel ni con Metropolitana. Sugieren emisoras como Fides, Panamericana y Nueva América. El 100% de las mujeres está de acuerdo con la emisora en la cual escucha Diario de un Destino.





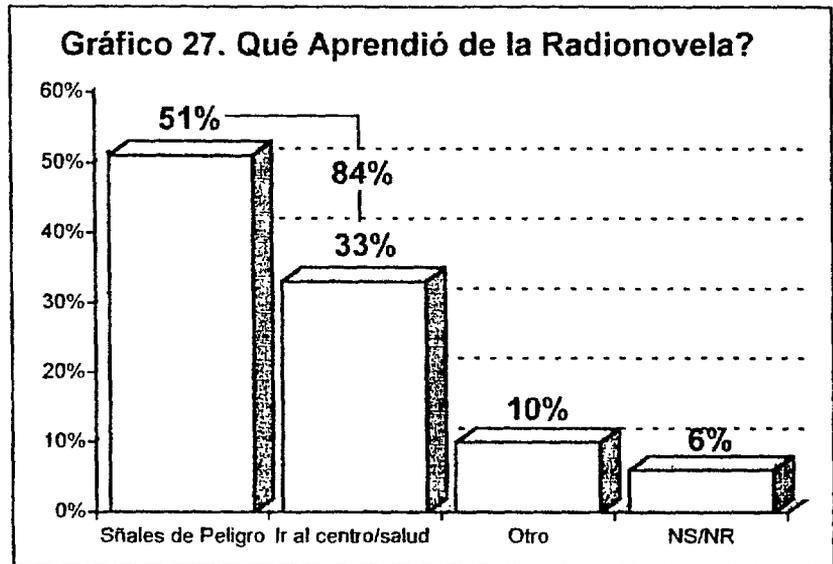
La insatisfacción con los horarios de transmisión de la radionovela es mayor que respecto de las emisoras (Gráfico 26). Con todo, sólo 1 de cada 5 entrevistados no está satisfecho con estos horarios.

Las personas que no están satisfechas son aquellas que no tienen un bajo nivel de audiencia de la radionovela y al mismo tiempo, un bajo nivel de socialización del contenido de la misma: no están en la agricultora, no viven en comunidades campesinas sino en El Alto, su nivel de instrucción es bachiller y más, y tienen menos de 25 años.

Del total de personas que no están satisfechos con los horarios de emisión, el 63% sugiere un horario similar al de la actual emisión de la radionovela: entre las 19 y 20 hrs. Ello quiere decir que dado su bajo nivel de audiencia, no están muy familiarizados con los actuales horarios de emisión. Al mismo tiempo, confirma que el horario de exposición a la radio aumenta en las noches, especialmente en el área provincial (zonas de Tiahuanacu y Achacachi).

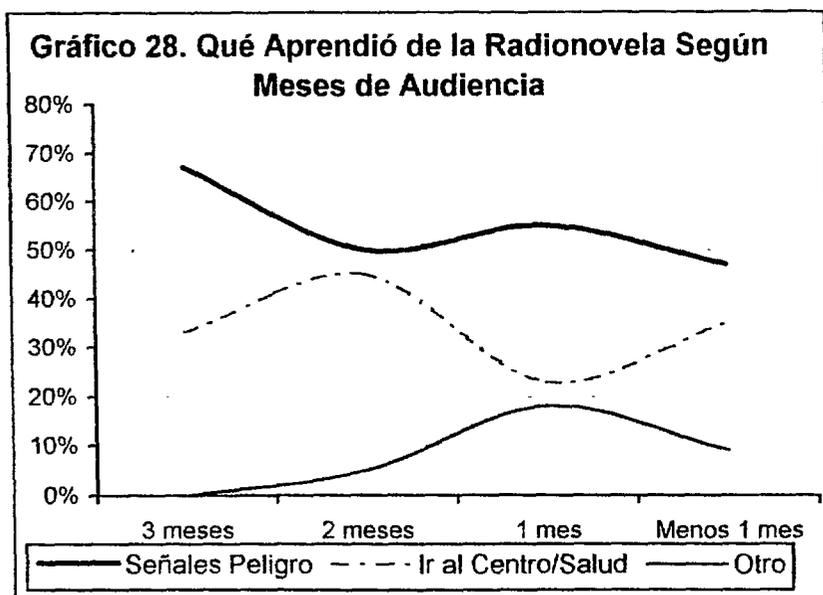
### 5. Comprensión del Mensaje.

Con el fin de identificar el grado de comprensión del mensaje central e intencionalidad de la radionovela, se hizo a los entrevistados que escuchan Diario de un Destino una pregunta totalmente abierta: "Qué aprendió de la Radionovela? Los encuestadores fueron instruidos para no leer las respuestas precodificadas sino sólo anotar la respuesta espontánea del entrevistado en las categorías predefinidas.



Como se observa en el Gráfico 27, 8 de cada 10 entrevistados que escuchan la radionovela, han aprendido a reconocer señales de peligro (51%) o han aprend-

dido que se debe ir al centro de salud cuando se presentan complicaciones (33%).



Se ha observado una incipiente correlación entre los meses de audiencia de la radionovela y la comprensión del mensaje central de la misma (Gráfico 28):

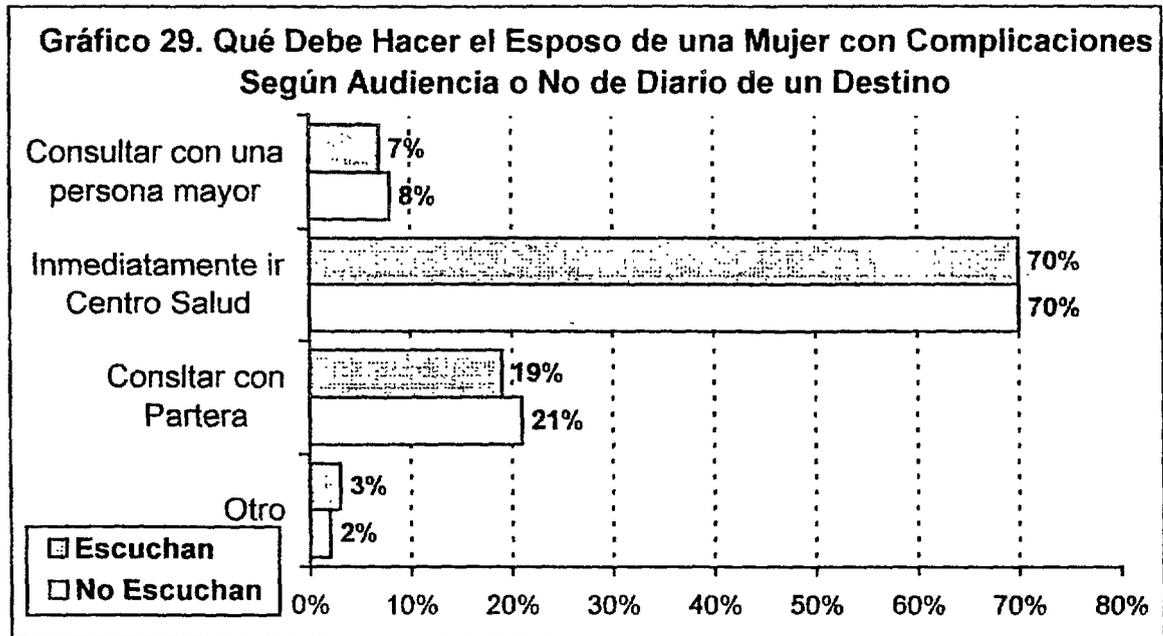
A medida que disminuye el tiempo de audiencia de la novela, existe una leve tendencia a que disminuyan las respuestas referidas a las señales de peligro como enseñanza de la radionovela.

A medida que disminuye el tiempo de audiencia de *Diario de un Destino*, existe una leve tendencia de aumentar las respuestas agrupadas en "otro" y que no corresponden a la intencionalidad de la radionovela (Gráfico 28). Las respuestas referidas a "ir al centro de salud" siguen más bien un curso errático y no tienen correlación directa con la antigüedad de audiencia de la radionovela.

Estas respuestas sobre la comprensión del mensaje de la radionovela no tienen correlación directa con la frecuencia de audiencia (todos los días, algunos días o rara vez), ni con la frecuencia con la que se comenta el contenido de *Diario de un Destino* (siempre, a veces, nunca). Ello parece indicar que el grado de comprensión de la radionovela depende más de un contacto prolongado que de un contacto intensivo con ella.

## **6. Impacto Inicial.**

Con el fin de tener una primera aproximación al eventual impacto que podría tener la radionovela en las intenciones de los/as entrevistados/as en eventuales complicaciones obstétricas y neonatales, se preguntó "qué debería hacer el esposo de una mujer embarazada si ella tiene complicaciones", luego se leyó al entrevistado/a las alternativas que figuran en el Gráfico 29 (pág. siguiente) para que elija una de ellas. Se trata sobre todo de una pregunta experimental para saber cómo abordar el estudio de impacto que se realizará en mayo de 1998 y que estará abocado por completo a tratar este tema.



Como se observa en el Gráfico 29, prácticamente no hay ninguna diferencia en las reacciones de quienes escuchan la radionovela Diario de un Destino y de quienes no escuchan esta radionovela<sup>6</sup>.

Cabría esperar que en las respuestas el nivel de “consultar con la partera” sea menor ya que estaban contestando un cuestionario que de alguna manera representa la atención institucional de salud. Esta posición debería ser lógicamente menor en los que escuchan Diario de un Destino ya que antes de esta pregunta, ellos estaban contestando varias preguntas sobre la enseñanza de esta radionovela. Sin embargo, los porcentajes son similares.

Ello hace suponer que una modificación de actitudes requiere de un proceso relativamente más largo, en el que intervienen no sólo factores comunicacionales, sino también factores institucionales y hasta estructurales. Con todo, el nivel de penetración de la radionovela junto con el nivel de comprensión y aceptación de su mensaje, son un importante primer paso que a la larga puede coadyuvar a la modificación relativa de actitudes y prácticas en complicaciones obstétricas y neonatales.

<sup>6</sup> Creemos que el porcentaje de personas que respondieron que el esposo “debe ir inmediatamente al Centro de Salud”, se debe a la tendencia del entrevistado a valorar el ámbito institucional en el contexto de una encuesta. En este caso, este dato estaría sobrerrepresentado en el Cuadro 29; por ello, en el análisis no se tomará en cuenta esta respuesta.

## D. INFORMACION COMPLEMENTARIA

En el presente acápite presentamos la información complementaria al estudio de audiencia de la radionovela Diario de un Destino. Esta información ayudará a comprender los resultados generales del sondeo.

### 1. Exposición a la Publicidad de Diario de un Destino.



Sólo 3 de cada 10 entrevistados escucharon o leyeron la propaganda de Diario de un Destino (Gráfico 30).

Estas personas corresponden al perfil de la audiencia de la radionovela: especialmente agricultores que viven en comunidades campesinas y mayores a los 25 años.

Es difícil determinar si fue el acceso a la publicidad lo que les impulsó a escuchar la radionovela, o fue más bien a la inversa: el contacto con la radionovela les hizo más perceptivos a alguna publi-

cidad sobre la misma. Del total de personas que tuvieron contacto con la publicidad, el 93% escuchó la misma mientras que sólo el 5% tuvo contacto con publicidad escrita.

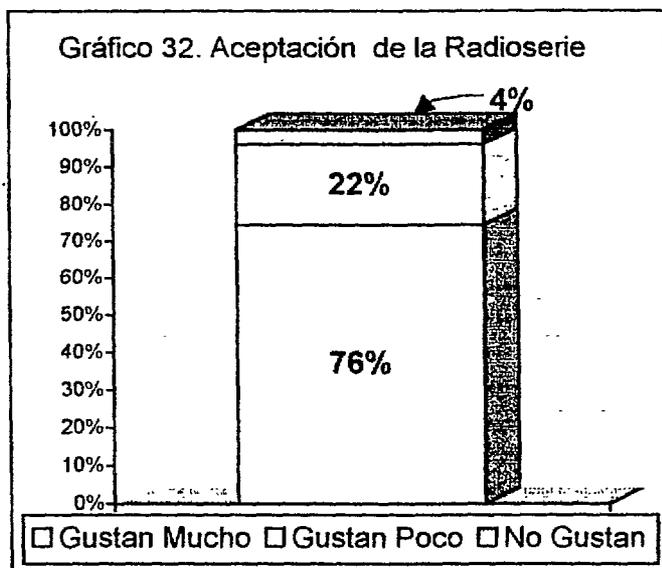
### 2. Exposición a la Radioserie Dirigida a Esposos/Parejas de Mujeres en Edad Fértil

En el sondeo se preguntó a los entrevistados si escucharon microprogramas de radio en los que un esposo habla sobre lo que hay que hacer cuando se presentan problemas obstétricos y neonatales. Como se puede observar en el Gráfico 31, 2 de cada 3 entrevistados sí escucharon estos programas.

Quienes estuvieron más expuestos a estos programas son los varones (84%), particularmente los varones mayores de 35 años, no involucrados en la agricultura, residentes en El Alto y en el pueblo de Tiahunacu y con niveles de instruc-



ción superiores. Es decir, estos programas están llegando a uno de los segmentos menos expuestos a la radionovela Diario de un Destino.



Según el Gráfico 32, los microprogramas con el esposo gustaron a 8 de cada 10 personas que los escucharon.

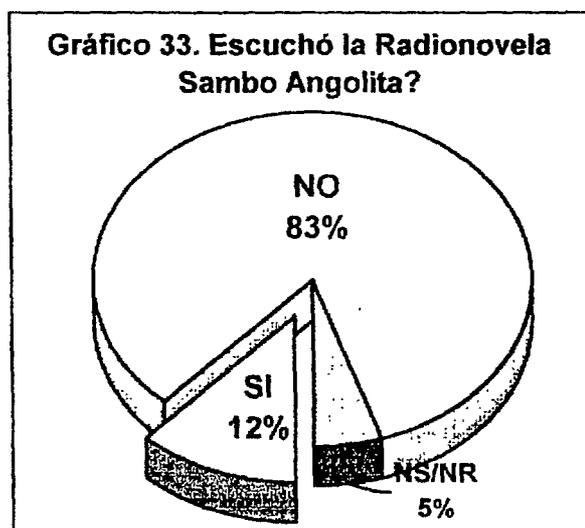
Estos programas gustaron sobre todo a los artesanos mayores de 25 años.

El nivel de insatisfacción con estos programas es mínimo (4%)

## 2. Nivel de Audiencia de la Radionovela Sambo Angolita.

De acuerdo al Gráfico 33, el 12% del total de los entrevistados afirmó haber escuchado la radionovela Sambo Angolita; ésta es una respuesta inducida<sup>1</sup>. Como se recordará el nivel de recordación espontánea de esta radionovela alcanza al 1% de los que afirmaron escuchar radionovelas habitualmente (Gráfico 11).

Las personas que escucharon esta radionovela son sobre todo agricultores varones, mayores de 25 años, particularmente los de la zona de Tiahuanacu.



<sup>1</sup>

El encuestador preguntó explícitamente al entrevistado si escuchó alguna vez la radionovela Sambo-Angolita.

# **IV CONCLUSIONES**

1. Diario de un Destino ha alcanzado un alto nivel de audiencia: el 63% de los entrevistados en el sondeo ha escuchado esta radionovela. Este nivel ha sido alcanzado gracias a múltiples factores, entre los cuales se destacan:

- Una adecuada selección de medios (San Gabriel y Metropolitana tienen un alto nivel de audiencia en las zonas donde se hizo el sondeo).
- Horarios adecuados de emisión de la radionovela (Los entrevistados escuchan radio en las noches).

Aunque no se desprende directamente del sondeo, es posible concluir a través del análisis de la información, que el alto nivel de audiencia alcanzado se debe también a:

- Se difundió Diario de un Destino en un contexto de escasa oferta de radionovelas (El bajo nivel de audiencia de otras radionovelas apunta a esta conclusión). Al parecer, Diario de un Destino respondió a una demanda insatisfecha importante.
- El contenido educativo de la radionovela fue lo suficientemente claro y bien presentado, de modo que los oyentes no sólo pudieron identificarlo fácilmente sino que también lo aceptaron y, lo que es más importante, varios de ellos lo socializaron en el marco de sus familias.
- La difusión de la radionovela en aymara facilitó la comprensión.
- Al no existir importantes razones de insatisfacción del planteamiento temático, argumentativo y técnico de la

radionovela es posible suponer también que el planteamiento técnico de Diario de un Destino haya contribuido al nivel de audiencia.

2. La radionovela Diario de un Destino ha logrado una importante audiencia especialmente entre mujeres de comunidades campesinas dedicadas principalmente a la agricultura, mayores de 25 años y con cierto nivel de instrucción (primaria y secundaria incompleta).

Es posible suponer que dado el limitado acceso de estas mujeres a servicios institucionales de salud su interés en el reconocimiento de signos y señales de peligro en el embarazo, parto, postparto y del recién nacido sea relativamente mayor que otros segmentos, y que este interés particular haya sido la base para una mayor asimilación e identificación con la radionovela.

3. La radionovela también ha tenido una importante llegada a las parejas de las mujeres en edad fértil, con hijos o embarazadas por primera vez. Esto se debe entre otras razones a que existe una audiencia familiar más que individual de los programas de radio: tanto varones como mujeres escuchan radio más o menos en los mismos horarios, les gustan los mismos programas y escuchan radio con sus familias.

Por otro lado se ha observado una importante práctica de escuchar la radionovela Diario de un Destino con toda la familia o con el esposo (70% de los oyentes), o de comentar la radionovela en el entorno familiar.

Ello hace suponer que se produce un efecto ampliado del impacto de la radionovela sobre el entorno familiar de los oyentes. Efecto que tiene como una de sus principales consecuencias el involucrar al esposo/pareja en el diálogo sobre el reconocimiento de complicaciones obstétricas y neonatales, y sobre la consiguiente toma de decisiones. Esto es muy importante si se toma en cuenta el rol central del esposo/pareja en la toma de decisiones en estas circunstancias.

4. Aunque el 74% de mujeres de 18 a 24 años escucha la radionovela (11 puntos más que el promedio), sólo el 27% de este segmento escucha la radionovela todos los días (18 puntos menos que el promedio), con lo que se constituye en uno de los segmentos más débiles en términos de exposición a la radionovela y su mensaje. Se requiere tomar en

cuenta esta debilidad si es que se considera que las mujeres más jóvenes son las más predispuestas a innovar sus prácticas tradicionales en la toma de decisiones respecto de complicaciones obstétricas y neonatales como se constató en el Diagnóstico de la Comunidad y los Servicios de Salud<sup>1</sup>.

Siendo un segmento tan importante, probablemente se requieran estudios adicionales para identificar las mejores maneras de llegar a él con estrategias educativas.

5. No sólo se ha observado un elevado nivel de audiencia, sino un amplio nivel de comprensión de la radionovela *Diario de un Destino*: El 93% de los que escuchan la radionovela valoran su contenido educativo y el 84% logra decodificar el mensaje central de la radionovela (reconocer señales de peligro e ir inmediatamente al servicio de salud).

Este grado de comprensión no parece depender de la intensidad de audiencia de la radionovela (escucharla todos los días), sino más bien del tiempo de audiencia: las personas con mayor tiempo de contacto con la radionovela (3 o 2 meses) son las que más podían identificar el mensaje central de la misma.

6. El alto grado de comprensión demostrado por los oyentes de *Diario de un Destino* no parece estar directamente correlacionado con la intención o no de acudir a los servicios de salud cuando se presentan complicaciones obstétricas o neonatales. Tanto los que escuchan como los que no escuchan la radionovela tienen una misma estructura de respuestas: el 8% afirma que el esposo de una mujer embarazada con complicaciones debería consultar con una persona mayor y el 20% afirma que debería consultar primero con la partera.

Al parecer, un cambio de actitudes e intenciones depende de múltiples factores estructurales, comunicacionales y de prácticas individuales, de modo que la exposición a un programa comunicacional constituye sólo una parte del proceso.

---

<sup>1</sup> Ver Documento No. 1 de esta Serie.

## INDICE DE GRAFICOS

---

	Pág.
Gráfico 1 Horarios de audiencia de radioemisoras de lunes a viernes .....	14
Gráfico 2 Horarios de audiencia de radioemisoras de lunes a viernes según lugar de residencia .....	14
Gráfico 3 Horarios de audiencia de radioemisoras de lunes a viernes según sexo .....	15
Gráfico 4 Horarios de audiencia de radioemisoras de lunes a viernes y fines de semana .....	16
Gráfico 5 Emisoras que se escuchan habitualmente .....	16
Gráfico 6 Programas que escuchan mayormente .....	18
Gráfico 7 Programas que escuchan mayormente según sexo .....	18
Gráfico 8 Ha escuchado la radionovela Diario de un Destino? .....	19
Gráfico 9 Nivel de audiencia total según lugar de residencia .....	19
Gráfico 10 Nivel de audiencia total según sexo, edad y ocupación .....	20
Gráfico 11 Recordación espontánea de radionovelas escuchadas .....	21
Gráfico 12 Tipos de recordación de la radionovela Diario de un Destino ....	22
Gráfico 13 Tipos de recordación según sexo y lugar de residencia .....	22
Gráfico 14 Hace cuánto tiempo escucha Diario de un Destino? .....	23
Gráfico 15 Frecuencia de audiencia .....	24
Gráfico 16 Audiencia en varones y mujeres .....	24
Gráfico 17 Audiencia según lugar de residencia .....	25
Gráfico 18 Audiencia según edad .....	25
Gráfico 19 En qué emisora escucha Diario de un Destino? .....	26
Gráfico 20 Con quiénes escucha Diario de un Destino? .....	27
Gráfico 21 Comenta sobre la radionovela? .....	28
Gráfico 22 Con quiénes comenta sobre Diario de un Destino? .....	29
Gráfico 23 Qué es lo que más le gusta de Diario de un Destino? .....	29
Gráfico 24 Qué no le gusta de Diario de un Destino? .....	31
Gráfico 25 Le gusta la emisora donde escucha la radionovela? .....	31

	<b>Pág.</b>
Gráfico 26 Los horarios de transmisión de la radionovela son cómodos?.....	32
Gráfico 27 Qué aprendió de la radionovela? .....	32
Gráfico 28 Qué aprendió de la radionovela según meses de audiencia .....	33
Gráfico 29 Qué debe hacer el esposo de una mujer con complicaciones según audiencia o no de Diario de un Destino .....	34
Gráfico 30 Escuchó/leyó propaganda de Diario de un Destino? .....	35
Gráfico 31 Escuchó la radioserie para esposos? .....	35
Gráfico 32 Aceptación de la radioserie para esposos .....	36
Gráfico 33 Escuchó la radionovela Sambo Angolita? .....	36

**ANEXO**

**CUESTIONARIO**

**ESTUDIO DE AUDIENCIA MOTHER CARE: SEP/NOV 1997**

Departamento: \_\_\_\_\_ Distrito de Salud \_\_\_\_\_

Localidad donde se realizó la entrevista \_\_\_\_\_

Buenos días/tardes, mi nombre es ..... y trabajo para una institución que se llama Diagnosis y se dedica a hacer encuestas. Estamos haciendo una encuesta para ver qué emisoras de radio escucha la gente. Quisiera hacerle unas preguntas sobre este tema. Esta encuesta es confidencial de modo que no anotaré su nombre. Quiere participar dando sus respuestas? GRACIAS!

1. Tiene hijos?
  - 1) Si (**Saltar a la P.3**)
  - 2) No (**Seguir con la P.2**)
2. Si es varón) Su pareja está esperando familia? (Si es mujer) Usted está esperando familia?
  - 1) Si
  - 2) No (**Terminar entrevista**)
3. Escucha radio por lo menos una vez por semana?
  - 1) Si
  - 2) No (**Terminar la entrevista**)
4. Sexo:
  - 1) Varón
  - 2) Mujer
5. Edad: \_\_\_\_\_
  - 1) 18-24
  - 2) 25-34
  - 3) 35-44
  - 4) 45-49
6. Dónde vive? \_\_\_\_\_
  - 1) Mismo pueblo
  - 2) Otro pueblo
  - 3) Comunidad campesina
7. Ocupación principal
  - 1) Agricultor/Campesino
  - 2) comerciante
  - 3) Artesano
  - 4) Otro
8. Nivel de instrucción
 

1) Ninguna, no lee ni escribe	6) Secundaria incompleta	10) Otro
3) Ninguna pero lee y escribe	7) Bachiller	
4) Primaria incompleta	8) Técnico	
5) Primaria completa	9) Universidad	

9. En qué horarios normalmente escucha radio de lunes a viernes? (**Varias opciones**)

4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Madrugada				Mañana				Tarde				Noche								

10. En qué horarios normalmente escucha radio los sábados y domingos? (**Varias opciones**)

4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Madrugada				Mañana				Tarde				Noche								

Qué radios escucha normalmente? (**Varias opciones**)

A. Radioemisora	B. Horarios (Leer opciones. Varias opciones)				
	Madrugada	Mañana	Medio Día	Tarde	Noche
11.	1	2	3	4	5
12.	1	2	3	4	5
13.	1	2	3	4	5
14.	1	2	3	4	5
15.	1	2	3	4	5
16.	1	2	3	4	5

17. Qué programas escucha con mayor frecuencia? (Leer opciones. Varias opciones)

- |                 |                             |               |
|-----------------|-----------------------------|---------------|
| 1) Radionovelas | 4) Musicales                | 7) Otro _____ |
| 2) Noticias     | 5) Saludos y felicitaciones | 8) Otro _____ |
| 3) Deportivos   | 6) Otro _____               | 9) Otro _____ |

Qué radionovelas se acuerda haber escuchado, o está escuchando en el último mes?

Nombre Radionovela o de qué se trata la misma (Escribir claramente la trama)	A. Emisora	B. Horario					C. Días						
		Ma- drug	Ma- ñana	½ día	Tar- de	No- che	L	M	Mi	J	V	S	D
18.		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7
19.		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7
20.		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7
21.		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7
22.		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7
23.		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7
24.		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7

(Si menciona espontáneamente "Diario de un Destino" saltar a la P. 28. Si no, seguir con la P. 25)

25. Se acuerda haber escuchado, o está escuchando la radionovela "Diario de un Destino"?

- 1) Si (Saltar a la P. 27)  
-----
- 2) No
- 3) No está seguro/a (Seguir con la P. 26)
- 4) NS/NR

26. Le voy a contar un poco de esta novela haber si se acuerda .... Se trata de una enfermera Isabel Guardia, que regresa a su comunidad Tari a buscar a su hermana y, mientras la busca trabaja en el Centro de Salud del pueblo con el Dr. Vladimir Velarde. Mientras busca a su hermana dicta charlas educativas sobre salud a las mujeres de su comunidad ....Se acuerda haber escuchado esta novela en alguna radio?

- 1) Si (Seguir con la P.27)  
-----
- 2) No
- 3) No está seguro/a (Saltar a la P. 42)
- 4) NS/NR

27. En qué emisora escuchó esta radionovela?	B. En qué horario?					C. Qué días?						
	Ma- drug	Ma- ñana	½ día	Tar- de	No- che	L	M	Mi	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7

28. Más o menos desde hace cuánto tiempo que escucha la radionovela "Diario de un Destino"?

- 1) 3 meses
- 2) Entre 2 a 3 meses
- 3) Entre 1 a 2 meses
- 4) Entre 1 semana a 1 mes
- 5) NS/NR

29. Cuándo fue que escuchó por última vez la radionovela?

1) En la última semana (Saltar a la P. 31)

-----  
2) Hace más o menos 15 días

3) Hace más o menos 1 mes (Seguir con la P. 30)

4) Hace más de 1 mes

30. Por qué no ha escuchado en los últimos días esta radionovela?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

31. Cuán frecuentemente diría usted que escucha o escuchaba esta radionovela: “todos los días de la semana”, “algunos días” o “muy rara vez”?

1) Todos los días ----- Por qué escucha todos los días? \_\_\_\_\_

-----  
2) Sólo algunos días Por qué no escucha todos los días? \_\_\_\_\_

3) Muy rara vez \_\_\_\_\_

32. Que hace/hacía cuando se pierde un capítulo? (No leer. Una opción)

1) Pregunta a otra persona sobre ese capítulo, procura saber qué ha pasado 4) NS/NR

2) No hace nada, no procura saber qué pasó en ese capítulo

3) Poner atención al resumen del capítulo al día siguiente

4) Otro \_\_\_\_\_

33. En dónde generalmente escucha/escuchaba esta radionovela? (No leer. Una opción)

1) En la casa 3) NS/NR

2) Otro lugar \_\_\_\_\_

34. Con quiénes generalmente escucha/escuchaba esta radionovela? (No leer. Una opción)

1) Con toda la familia

2) Con algunos miembros de la familia (especificar con quiénes) \_\_\_\_\_

3) Con amigas/os o vecinos

4) Otro \_\_\_\_\_

5) NS/NR

35. Con cuánta frecuencia comenta usted sobre esta novela con otras personas: “casi siempre”, “alguna vez” o “no habla con nadie sobre la novela”.

1) Casi siempre

2) Alguna vez (Seguir con la P. 36)

-----  
3) No habla con nadie

4) NS/NR (Saltar a la P. 37)

36. Con quiénes generalmente comenta sobre la novela? (No leer. Varias opciones)

1) Con la familia (especificar con quiénes) \_\_\_\_\_

2) Con amigos/as – vecinos/as (especificar) \_\_\_\_\_

3) Otro \_\_\_\_\_ 4) NS/NR

37. Qué es lo que más le gusta de esta novela?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

38. Qué no le gusta de esta novela?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

39. Según su opinión, las horas en que transmiten esta radionovela son o no cómodas para usted?

- 1) Si                      2) No ---- Cuál debería ser el horario (Anotar hora exacta) \_\_\_\_\_
- 3) NS/NR

40. Le gusta/n o no le gusta/n la/s emisora/s donde se da la novela?

- 1) Si                      2) No ---- Cuál debería ser la emisora? \_\_\_\_\_
- 3) NS/NR

41. Qué aprendió de la radionovela? (No leer. Varias opciones)

- 1) Señales de peligro embarazo, parto postparto, recién nacido                      4) NS/NR
- 2) Ir al Centro de Salud cuando se presenten señales de peligro
- 3) Otro \_\_\_\_\_

42. Ha escuchado o ha leído propagandas publicitarias sobre la radionovela "Diario de un Destino"?

- 1) Si ----- a) Escuchado                      b) Leído                      c) NS/NR
- 2) No
- 3) NS/NR

43. Ha escuchado en la radio pequeños anuncios/programas, en los que un esposo habla sobre lo que se debe hacer cuando se presentan problemas en el embarazo, parto o con el recién nacido?

- 1) Si ----- (Seguir con la P 44)
- 
- 2) No
- 3) NS/NR (Saltar a la P 45)

44. Usted diría que estos pequeños anuncios/programas: "le gustan mucho", "le gustan un poco" o "no le gustan"?

- 1) Le gustan mucho    2) Le gustan un poco                      3) No le gustan                      4) NS/NR

45. Pasando a otro tema, según usted, qué debería hacer el esposo de una mujer que tiene complicaciones en el embarazo? (Leer opciones rotando. Una sola opción)

- 1) Debería consultar con alguna persona mayor                      4) Otro \_\_\_\_\_
- 2) Debería ir inmediatamente al Centro de Salud                      5) NS/NR
- 3) Debería consultar inmediatamente con la partera, yatiri

46. Finalmente, usted escuchó en la radio la novela "El Sambo Angolita"?

- 1) Si                      2) No                      3) NS/NR

Encuestador			
Fecha entrevista		Hora	
Supervisor			

**ESTUDIOS, INFORMES Y PUBLICACIONES  
DE LA SERIE**

- |    |                                                                                                                                                                                                                                                 |               |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 1  | Barreras y Viabilizadores en la Atención de Complicaciones Obstétricas y Neonatales (Diagnóstico Cualitativo en Comunidades y Servicios de Salud de Cinco Distritos de Salud en La Paz y Cochabamba). MotherCare II & Marketing S.R.L.: La Paz. | Junio, 1996   |
| 2  | Estrategia de Información, Educación, Comunicación y Consejería (IEC/C) Para la Comunidad y Proveedores de Salud. MotherCare II                                                                                                                 | Julio, 1996   |
| 3  | Propuesta Comunicacional y Económica para la Estrategia de Información, Educación, Comunicación y Consejería de MotherCare II. Hipnosis                                                                                                         | Agosto, 1996  |
| 4  | Líneas de Diseño Gráfico. Hipnosis                                                                                                                                                                                                              | Sept., 1996   |
| 5  | Pretest de Materiales Comunicacionales del Programa IEC/C de MotherCare II para la Comunidad (Estudio Cualitativo en La Paz y Cochabamba). Diagnosis                                                                                            | Enero, 1997   |
| 6  | Hábitos en Programas de Radio de Jefes de Hogar Varones (Entrevistas Personales en La Paz y Cochabamba). Diagnosis                                                                                                                              | Febrero, 1997 |
| 7  | Radionovela "Diario de un Destino" (Aproximaciones Conceptuales). Hipnosis                                                                                                                                                                      | Febrero, 1997 |
| 8  | Reacciones Frente a la Trama y Capítulo Experimental de la Radionovela "Diario de un Destino" (Estudio Cualitativo en Tiahuanacu y El Alto). Diagnosis                                                                                          | Mayo, 1997    |
| 9  | Estudio de Audiencia de la Radionovela "Diario de un Destino" (Sondeo Cuantitativo en Tres Distritos de Salud de La Paz). Diagnosis                                                                                                             | Octubre, 1997 |
| 10 | Estudio de Audiencia de la Radionovela "Diario de un Destino" (Sondeo Cuantitativo en Tres Distritos de Salud de Cochabamba). Diagnosis                                                                                                         | Dic., 1997    |
| 11 | Estudio de Impacto de la Radionovela "Diario de un Destino" (Encuesta en Seis Distritos de Salud de La Paz y Cochabamba). Diagnosis                                                                                                             | Mayo, 1998    |
| 12 | Evaluación de una Experiencia de Comunicación en Salud Reproductiva: Investigación, Diseño Estratégico y Producción de Materiales Comunicacionales. MotherCareII, Hipnosis y Diagnosis                                                          | Sept., 1998   |