

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



TESIS

**PERCEPCIÓN DE LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA EN EL
CENTRO POBLADO FUJIMORI, QUE SINTONIZAN
RADIO PARAISO DE LA PROVINCIA DE HUAURA, 2019,**

Presentado por:

Bach. Kevin Froylan GUZMÁN GARRO

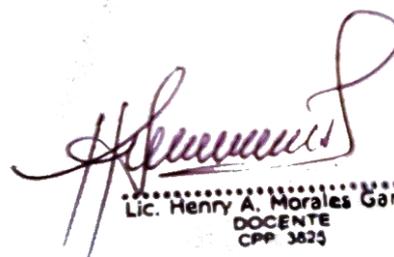
Asesor:

Lic. Henry Antonio MORALES GAMARRA

Para optar el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Huacho – Perú

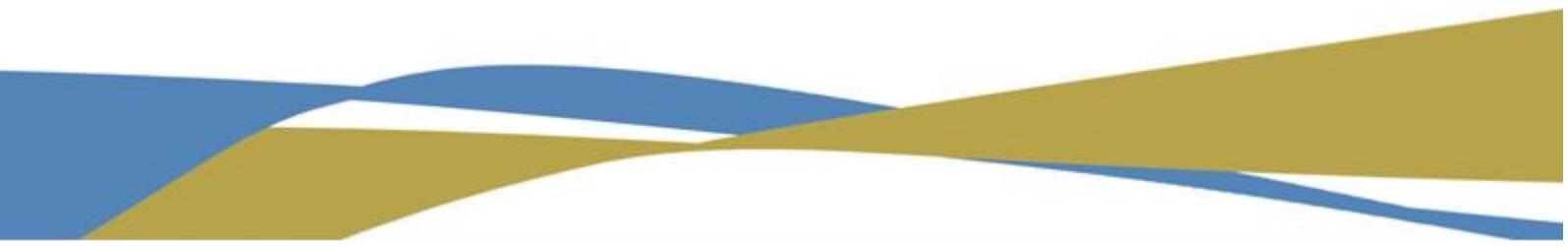
2020


.....
Lic. Henry A. Morales Gamarra
DOCENTE
CPP 3823

**PERCEPCIÓN DE LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA EN EL CENTRO POBLADO
FUJIMORI, QUE SINTONIZAN RADIO PARAÍSO DE LA PROVINCIA DE
HUAURA, 2019.**

ASESOR

LIC. HENRY ANTONIO MORALES GAMARRA





Dra. Kathelin Alexandra Lozano Vásquez

Presidente



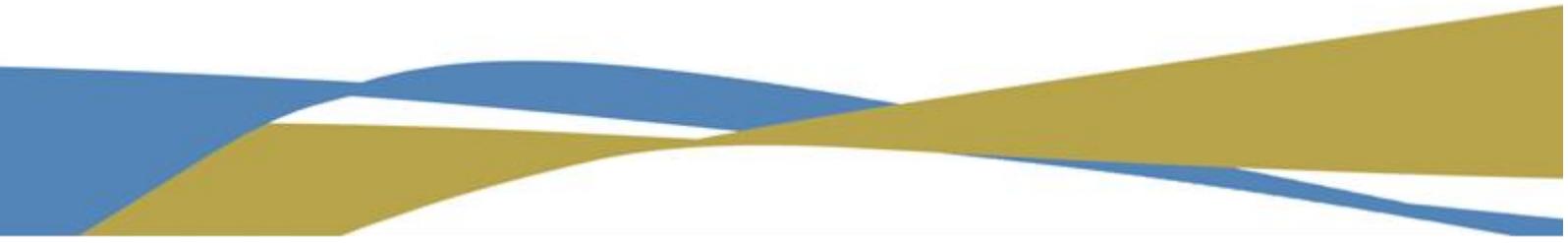
M(o) Walter Carlos Velázquez Córdova

Secretario



M(a) Juana María Anselmo Arrunátegui

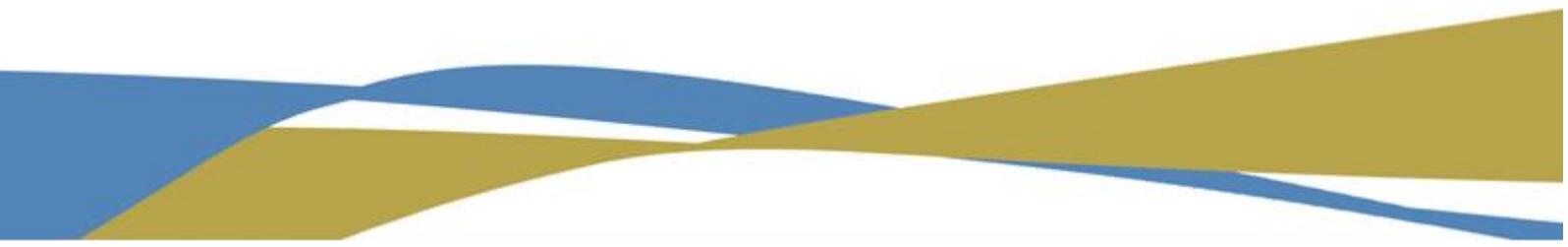
Vocal



DEDICATORIA

DEDICADO:

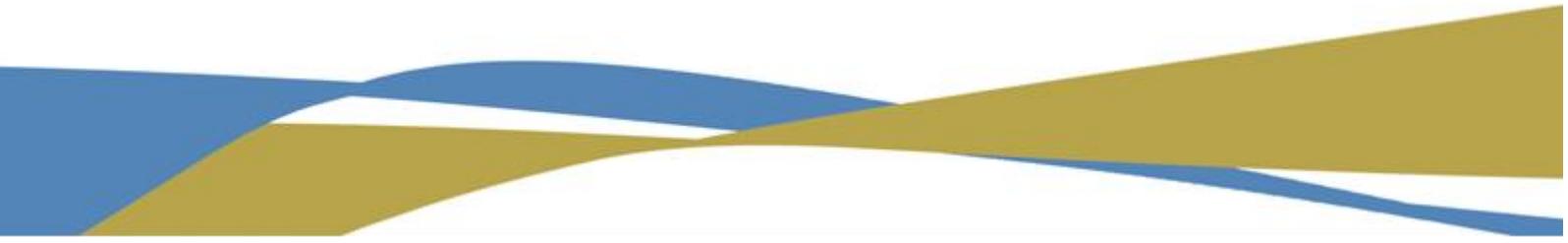
A las cuatro mujeres que han guiado mi destino mi madre, mi hermana, mi tía y mi abuela,
sin quienes todo esto no sería posible.



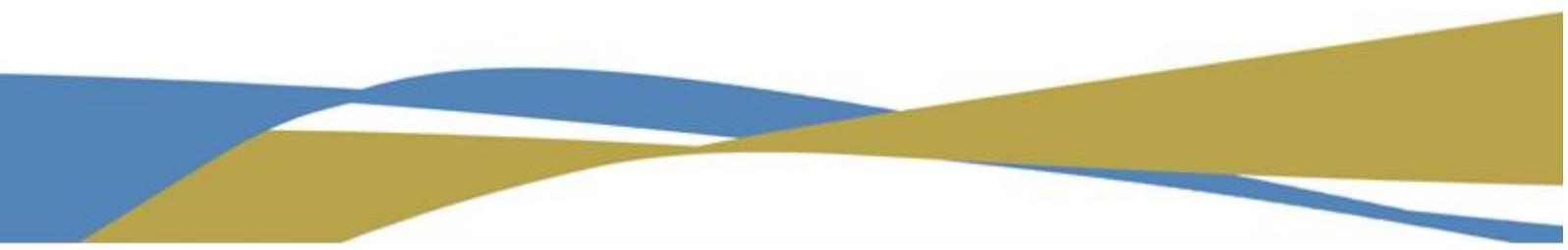
ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN	10
CAPITULO I.....	12
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.1 Descripción de la realidad Problemática	12
1.2 Formulación del problema	14
1.2.1 General	15
1.2.2 Específicos	15
1.3 Objetivos de la investigación.....	15
1.3.1 Objetivo General.....	15
1.3.2 Objetivos específicos	15
1.4 Justificación de la investigación	15
1.5 Delimitación del estudio.....	16
1.6 Viabilidad del estudio.....	16
CAPITULO II	18
MARCO TEÓRICO	18
2.1 Antecedentes de la investigación	18
2.2 Antecedentes internacionales.....	18
2.3 Antecedentes nacionales.....	19

2.3.1	Bases teóricas	22
2.3.2	Bases filosóficas	31
2.3.3	Definición de términos conceptuales	31
2.3.4	Hipótesis de investigación.....	34
2.4	Operacionalización de las Variables	35
CAPITULO III.....		36
METODOLOGÍA		36
3.1	Diseño metodológico.....	35
3.2	Población y muestra	37
3.3	Técnicas de recolección de datos	39
3.4	Técnicas para el procesamiento de la información	39
CAPITULO IV		40
RESULTADO.....		40
4.1	Análisis de resultados.....	40
CAPITULO V		56
DISCUSIÓN		56
5.1	Discusión y resultado	56
CAPITULO VI.....		57
CONCUSIONES Y RECOMENDACIONES		57
6.1	Conclusiones.....	57
6.2	Recomendaciones.....	58
REFERENCIAS		60



7.1 Fuentes bibliográficas	60
7.2 Fuentes electrónicas	61
ANEXOS	62



ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1. Distribución de frecuencias y porcentajes sobre el tratamiento de la información ..	41
Tabla 2. Distribución de frecuencias y porcentajes sobre espacios para opinar	42
Tabla 3. <i>Distribución de frecuencias y porcentajes sobre el agrado de la música</i>	43
Tabla 4. <i>Distribución de frecuencias y porcentajes sobre el contenido entretenido en los magazines</i>	44
Tabla 5. <i>Distribución de frecuencias y porcentajes sobre el principio de informar</i>	45
Tabla 6. <i>Distribución de frecuencias y porcentajes sobre el principio de educar</i>	46
Tabla 7. <i>Distribución de frecuencias y porcentajes sobre el principio de entretener</i>	47
Tabla 8. <i>Distribución de frecuencias y porcentajes sobre la innovación en los programas</i> .	48
Tabla 9. <i>Distribución de frecuencias y porcentajes sobre la calidad de sonido</i>	49
Tabla 10. <i>Distribución de frecuencias y porcentajes sobre la identificación del locutor</i>	50
Tabla 11. <i>Distribución de frecuencias y porcentajes sobre el horario de programación</i>	51
Tabla 12. <i>Distribución de frecuencias y porcentajes sobre cobertura de la radio</i>	52
Tabla 13. <i>Distribución de frecuencias y porcentajes sobre la identificación de errores técnicos</i>	53
Tabla 14. <i>Distribución de frecuencias y porcentajes sobre resolución de problemas técnicos</i>	54
Tabla 15. <i>Distribución de frecuencias y porcentajes sobre la formación profesional de los integrantes</i>	55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Figure 1. Distribución porcentual de sobre el tratamiento de la información	41
Figura 2. Figure 2. Distribución porcentual de sobre espacios para opinar en la radio	42
Figura 3. Figure 3. Distribución porcentual de sobre el agrado de la música	43
Figura 4. Figure 4. Distribución porcentual de sobre el contenido entretenido en los magazines	44
Figura 5. Figure 5. Distribución porcentual de sobre el principio de informar	45
Figura 6. Figure 6. Distribución porcentual de sobre el principio de educar	46
Figura 7. Figure 7. Distribución porcentual de sobre el principio de entretener	47
Figura 8. Figure 8. Distribución porcentual de sobre la innovación en los programas	48
Figura 9. Figure 9. Distribución porcentual de sobre la calidad de sonido	49
Figura 10. Figure 10. Distribución porcentual de sobre la identificación del locutor	50
Figura 11. Figure 11. Distribución porcentual de sobre el horario de programación	51
Figura 12. Figure 12. Distribución porcentual de sobre cobertura de la radio	52
Figura 13. Figure 13. Distribución porcentual de sobre la identificación de errores técnicos	53
Figura 14. Figure 14. Distribución porcentual de sobre resolución de problemas técnicos ...	54
Figura 15. Figure 15. Distribución porcentual de obre la formación profesional de los integrantes	55

RESUMEN

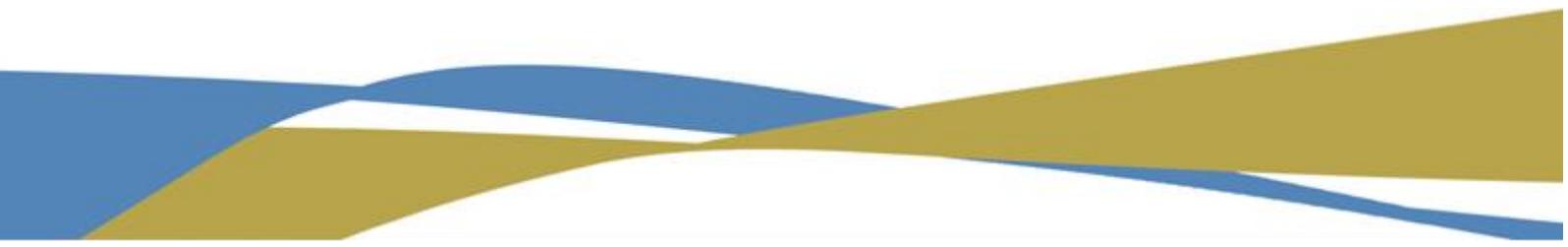
El Objetivo del presente trabajo es recoger datos sobre la percepción de una muestra de 381 pobladores del Centro Poblado Fujimori que sintonizan Radio Paraíso, permitiendo conseguir información correspondiente a la producción radiofónica, delimitados en tres puntos importantes como géneros, procesos y staff radiofónico.

Aplicamos a esta investigación una metodología básica debido a que la variable no sufre modificación y solo utilizaremos la recolección de datos usando un estudio de nivel descriptivo No Experimental y de un enfoque cuantitativo.

Durante el progreso del cuestionario que se elaboró en base a 15 ítems o preguntas, con una estructura multiescala; se obtuvieron resultados que muestran una clara preferencia a las propuestas que Radio Paraíso ofrece a sus oyentes en el Centro Poblado Fujimori de la provincia de Huaura.

Se concluye que Radio Paraíso es una de las emisoras con mayor aceptación en este sector debido a su contenido informativo que es el que más escuchan y que está presente en gran parte de su programación convirtiéndola en un medio referente ante un problema social.

Palabras clave: radio, sintonía, percepción, oyentes, producción radiofónica, pobladores.



ABSTRACT

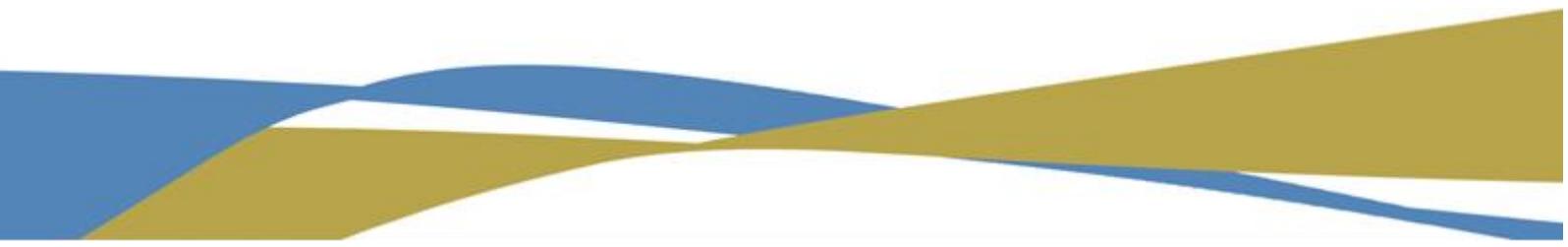
The objective of this work is to collect data on the perception of a sample of 381 inhabitants of the Fujimori Town Center who tune into Radio Paraíso, allowing to obtain information corresponding to radio production, delimited in three important points such as genres, processes and radio staff.

We apply a basic methodology to this research because the variable does not undergo modification and we will only use data collection using a descriptive Non-Experimental study and a quantitative approach.

During the progress of the questionnaire that was elaborated based on 15 items or questions, with a multiscale structure; Results were obtained that show a clear preference for the proposals that Radio Paraíso offers to its listeners in the Fujimori Town Center of the Huaura province.

It is concluded that Radio Paraíso is one of the stations with the highest acceptance in this sector due to its informative content, which is the one they listen to the most and which is present in a large part of its programming, making it a reference medium in the face of a social problem.

Keywords: radio, tuning, perception, listeners, radio production, settlers.



INTRODUCCIÓN

La radio; medio de comunicación que fue creado a finales del siglo XIX en Europa, ha evolucionado desde ser solo un canal de transmisión de mensajes encriptados utilizados inicialmente para estrategias militares, hasta convertirse en una mixtura de géneros y formatos que permiten al oyente mantenerse entretenido e informado, aprovechando las grandes ventajas de cobertura, economía y lenguaje que utiliza este medio como principal herramienta para mantenerse vigente después de más de un siglo de haberse inventado.

Desde esa primera transmisión Guglielmo Marconi iniciaba una revolución en la comunicación a distancia, esa precaria primera transmisión dio paso a la evolución de la radio, significando una mejor fidelidad en cuanto al sonido, espacios dedicados a temas específicos y a una infinidad de productos que se han perfeccionado a través de las décadas. Técnicas y teorías que han sido empleadas y reestructuradas siendo ahora objetos de estudio de la producción radiofónica de la comunicación social.

La radio ha marcado significativamente la historia de las telecomunicaciones en el Perú, desde su llegada en 1925, se convirtió rápidamente en uno de los más efectivos y preferidos medios de comunicación.

Ubicados en un inicio, en los principales parques y plazas mantenían informado a las personas que se aglomeraban para escuchar las transmisiones deportivas y de noticias, en casa se convirtió en el principal medio de entretenimiento gracias a las radionovelas que toda la familia se sentaba en la sala a escuchar imaginando las escenas y personajes narrados; durante la época del terrorismo la fuente de información más escuchada, pese a los cortes del fluido eléctrico que eran el pan de cada día.

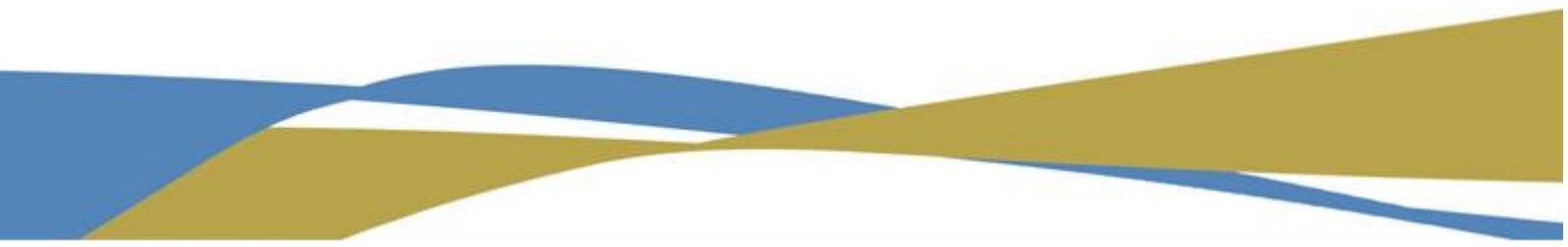
Si bien al día de hoy es un medio que ha perdido terreno compitiendo con otras tecnologías de comunicación, sigue siendo uno de los más confiables por su inmediatez, bajo costo y cobertura que acompaña día a día al peruano.

En la provincia de Huaura, la radio local sigue siendo un medio muy recurrente, sobretodo el género informativo, que es el más sintonizado en los vehículos, hogares y mercados. Hay varias casas radiodifusoras muy conocidas y de gran audiencia siendo uno de ellas Radio Paraíso, quien tiene más 15 años al aire y posee la mayor cobertura a nivel regional, convirtiéndose en un referente de información por sus oyentes, de quienes, a través de la técnica de la encuesta, obtendremos la percepción que tienen de la programación de Radio Paraíso.

La radio es un medio de comunicación que parte desde lo particular a lo singular, de establecer una armonía entre lo técnico y lo teórico, de atravesar diferentes etapas para su realización involucrando la elección de diferentes formatos se adapte mejor a las necesidades de los oyentes, de pasar un proceso de producción que inicia en la búsqueda de la información y conceptualización hasta su realización y difusión.

Todo este contexto diversificado de la radio nos produce interrogantes que llevan a investigar que tanto los oyentes pueden identificar y valorar estos procesos que muchas veces se perciben como empíricos.

Tomando a los oyentes del centro poblado Fujimori de la provincia de Huaura, buscamos identificar la percepción que tienen de la emisora Radio Paraíso en sus diferentes procesos que implica su realización, teniendo como resultado una gran aceptación por los géneros de tipo informativo que son los más demandados por sus pobladores.



CAPITULO I

PANTEAMINETO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad Problemática

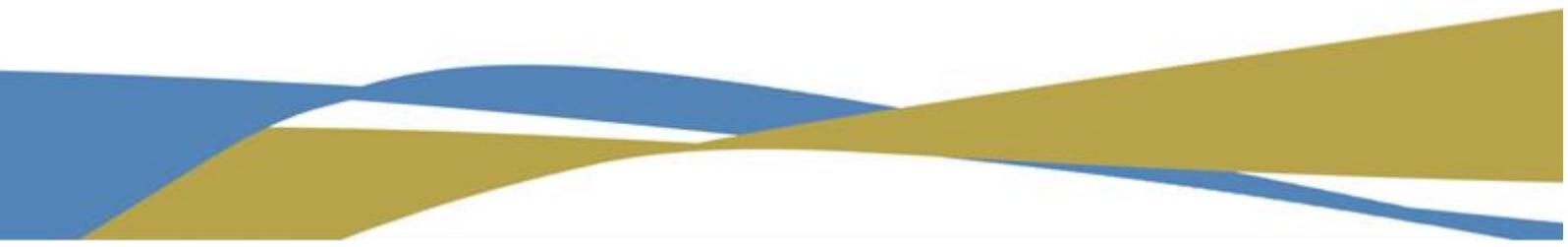
La radio es un medio importante en la comunicación diaria de las personas, sus principales funciones son la de informar, educar y entretener. Pero después de casi un siglo de su llegada al Perú ha empezado a verse amenazada por nuevos mecanismos de comunicación siendo uno de los principales la televisión y ahora internet.

A todo esto, la radio responde esta competencia con las principales características que la identifican, como la economía de su producción y escucha, la gran cobertura a zonas alejadas de la ciudad y la posibilidad de estar en diferentes actividades humanas sin perjudicar la concentración que éstas requieran.

La falta de producción y de espacios frescos con carga creativa que se adapten a las necesidades y gustos tan volubles de los nuevos consumidores, ha sido algo que se ha descuidado principalmente en las radios de provincia y este caso de la provincia de Huaura, llevándola a convertirse en una opción poco atractiva para el entretenimiento musical e informativo.

Esta falta de sintonía radial se debe también a las nuevas tendencias de consumo en comunicación, es la que deja en desventaja a este medio, haciendo que pierda seguidores y clientes quienes son el principal soporte para su existencia como modelo comercial de negocio.

Dentro de este contexto se han encontrado diferentes debilidades siendo una de las más significativas la proliferación de emisoras con una administración experimental debido en su mayoría a factores económicos o el abandono por parte de comunicadores profesionales que puedan dirigir una mejor producción de contenidos acorde a las exigencias de la población.



En la actualidad la falta de conocimientos teóricos y técnicos se ha convertido en una realidad que ha sido aceptada por los vínculos externos de la radio como los anunciantes y productoras de publicidad quienes ahondan más el problema.

Es así que la radio empieza a sobreponer el principio comercial, que al de invertir en generar una producción atrayente que ofrezca entretenimiento y servicio a la comunidad, implicando entregar un trabajo que supere los estándares que tienen las grandes difusoras de la capital del país.

Es necesario promover un correcto uso de las diferentes herramientas tecnológicas, de los formatos y géneros y de un capacitado equipo humano que reconozca y cumpla con todos los conceptos técnicos y teóricos para una mejor aceptación del mensaje.

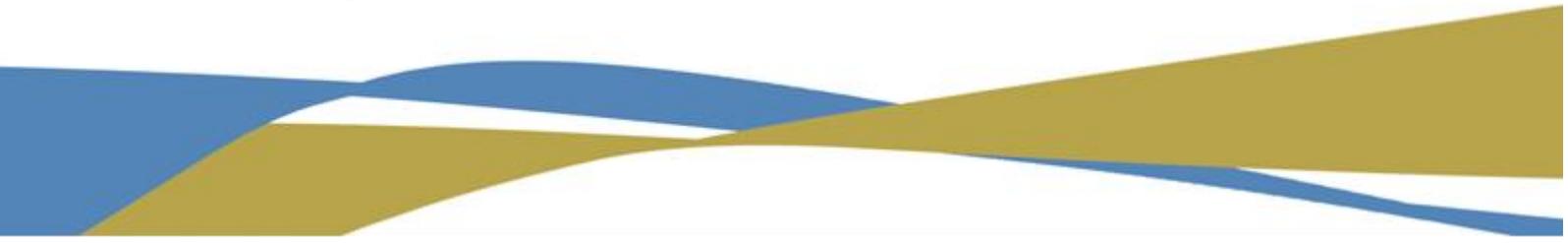
En ese sentido se escogió a Radio Paraíso por ser una radio que posee una gran trayectoria dentro de la provincia de Huaura, manteniendo un público fiel que sintoniza tanto sus espacios informativos, como los de entretenimiento y musicales.

Su administrador Hugo Cabellos tiene una vasta experiencia empírica, la cual lo ha llevado a grandes cadenas radiales en años anteriores, manteniendo un alto grado de conocimientos sobre el manejo de la producción de una emisora.

Dentro de la parrilla programática de Radio Paraíso se ofrece programas de corte informativo en diferentes horarios sobre todo donde hay una mayor audiencia de oyentes conectados.

Los demás programas son de tipo entretenimiento y musical en los cuales encontramos, ranking, especiales, programas de complacencia y de tipo música continuada.

El sector donde se ha basado la siguiente investigación se encuentra situada en el zona sur de la provincia de Huaura, específicamente en el C.P. Fujimori, donde la radio es un fundamental medio de comunicación para los pobladores quienes consumen este medio por su fácil acceso y economicidad.



1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema General

¿Cómo es la percepción de la producción radiofónica en el centro poblado Fujimori, que sintonizan Radio Paraíso de la provincia de Huaura, 2019?

1.2.2 Problemas específicos:

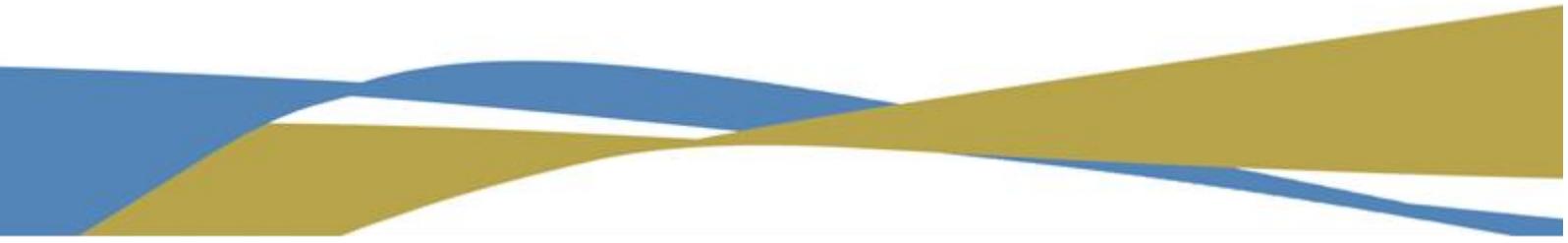
- a) ¿Cómo es la percepción de los géneros radiofónicos en el centro poblado Fujimori, que sintonizan Radio Paraíso de la provincia de Huaura, 2019?
- b) ¿Cómo es la percepción del proceso radiofónico en el centro poblado Fujimori, que sintonizan Radio Paraíso de la provincia de Huaura, 2019?
- c) ¿Cómo es la percepción del staff radiofónico en el centro poblado Fujimori, que sintonizan Radio Paraíso de la provincia de Huaura, 2019?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo General

Describir la percepción de la producción radiofónica en el centro poblado Fujimori, que sintonizan Radio Paraíso de la provincia de Huaura, 2019.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Describir la percepción de los géneros radiofónicos en el centro poblado Fujimori, que sintonizan Radio Paraíso de la provincia de Huaura, 2019.
 - b) Describir la percepción del proceso radiofónico en el centro poblado Fujimori, que sintonizan Radio Paraíso de la provincia de Huaura, 2019.
 - c) Describir la percepción del staff radiofónico en el centro poblado Fujimori, que sintonizan Radio Paraíso de la provincia de Huaura, 2019.
- 

1.4 Justificación de la investigación

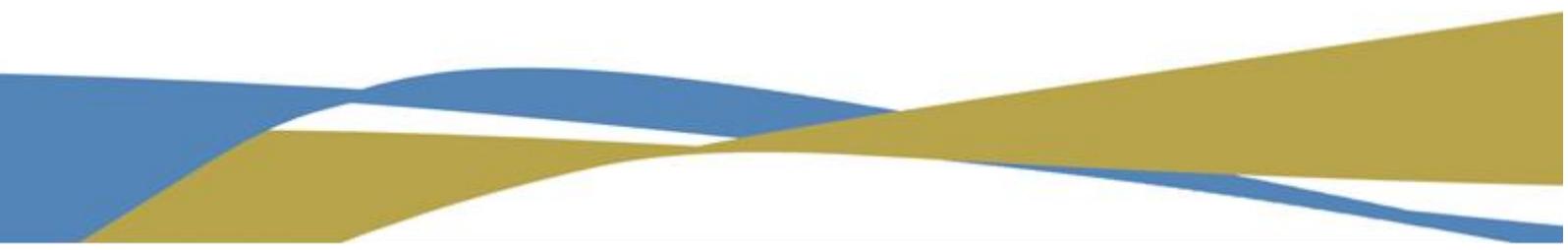
La presente investigación proporciona información relevante sobre la percepción actual de la producción radiofónica, esto permite tener una mejor visión del impacto de las herramientas del lenguaje radiofónico, desglosadas en diferentes puntos desde su concepción hasta su difusión.

El trabajo de investigación tiene la finalidad de identificar cuantitativamente la percepción de la producción radiofónica de los moradores del centro poblado Fujimori situado de la provincia de Huaura, el cual permitirá poder identificar cómo perciben los oyentes a la radio y su proceso de producción, teniendo una información que puede ser utilizada para mejorar los contenidos y espacios de la emisora Radio Paraíso.

Se trabaja una investigación segregada en aspectos que parten desde los conocimientos teóricos desarrollados de forma profesional en centros de educación superior como universidades y centros técnicos, hasta los perfeccionados en un desarrollo laboral o empírico.

Esta investigación aporta fortalezas y debilidades que la empresa debe aprovechar para reforzar y mejorar sus contenidos mediante las recomendaciones que se describen en esta investigación los cuales son justificados por sólidas bases teóricas.

Esta investigación permitirá poder ubicar aspectos en los cuales se desatienda diferentes factores que afecten nuestra variable, siendo un aporte para proponer mejoras en las políticas y procedimientos para una mejora en la producción radiofónica. Debemos recordar que no siempre se encontrará aspectos negativos en la investigación, hallaremos aspectos que son favorables, los cuales proporcionarán diferentes lecciones en las discusiones, no solo de esta sino de otras investigaciones.



La radio tiene que investigar periódicamente su FODA para poder direccionar estrategias que le permitan mantener o crear una radio sólida como lo decía (Araya Rivera, 2006)

1.5 Delimitación del estudio

1.5.1 Delimitación temporal

La investigación se desarrolló entre el año 2019 y principios del 2020 entre los últimos y primeros meses respectivamente.

1.5.2 Delimitación espacial

El Espacio donde se desarrolló la investigación fue en el centro poblado Fujimori, situado al sur del distrito de Huacho, en la provincia norteña de Huaura, en una zona rural, en la cual se puede deducir que está basada en un nivel económico bajo.

1.5.3 Delimitación social

La investigación tiene como objeto de estudio a 361 habitantes de ambos sexos y de diferentes edades que sintonicen Radio Paraíso.

1.5.4 Delimitación teórica

La investigación se desarrolló mediante la teoría de Emma Rodero sobre los procesos de creación de programas radiofónicos.

1.6 Viabilidad del estudio

1.6.1 Teórico

La presente investigación se fundamenta en conocimientos teóricos de diferentes autores para el desarrollo de la variable de estudios de acuerdo al reglamento emitido por la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

1.6.2 Humano

La presente investigación es viable debido a que contó con la colaboración de los pobladores del centro poblado Fujimori, acceso a datos de estudio por parte de la emisora Radio Paraíso, coordinaciones con el asesor quien brindó la ayuda oportuna para mejorar las bases teóricas e instrumentos de medición, así mismo la adecuada revisión, calificación y aprobación del jurado, permitiendo sus correcciones y perfeccionamientos para la realización de la tesis y la confianza de la investigación.

1.6.3 Ético

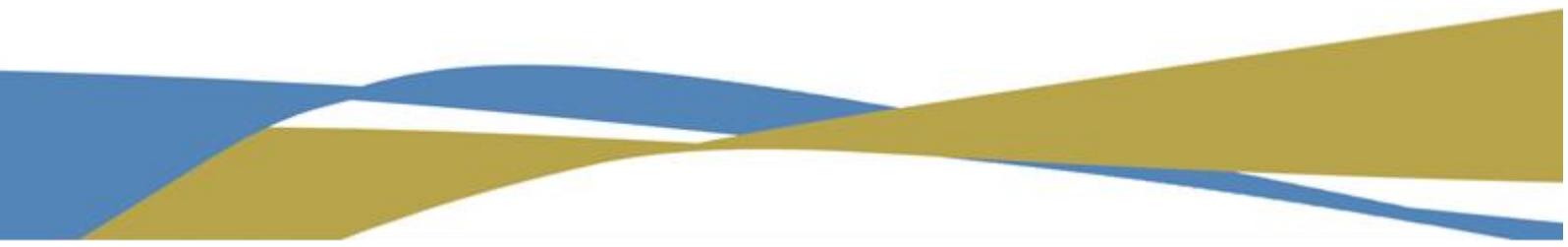
Durante el proceso de elaboración de la actual investigación no se adulteró ningún resultado obtenido, así mismo, no se indujo o comprometió a ningún colaborador, por ende, esta investigación es confiable y fidedigna.

1.6.4 Temporal

La investigación se ejecutó en un periodo de 4 meses aproximadamente, la ejecución de los cuestionarios se realizó con algunos inconvenientes debido al acceso a la zona en los horarios disponibles, y debido al actual brote de la pandemia que restringe el libre tránsito para concluir con ciertas acciones administrativas y procedimentales.

1.6.5 Financiero

La presente investigación ha sido realizada con recursos económicos propios del investigador.



CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.2 Antecedentes internacionales

Pincay C. Cinthia Isabel (2011) en su proyecto de investigación titulado “*La programación radiofónica y su influencia en las emisiones noticiosas de Radio Antena 3 de la ciudad La Libertad, periodo 2011 - Ecuador*”

Trabajo ejecutado para optar el grado académico de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

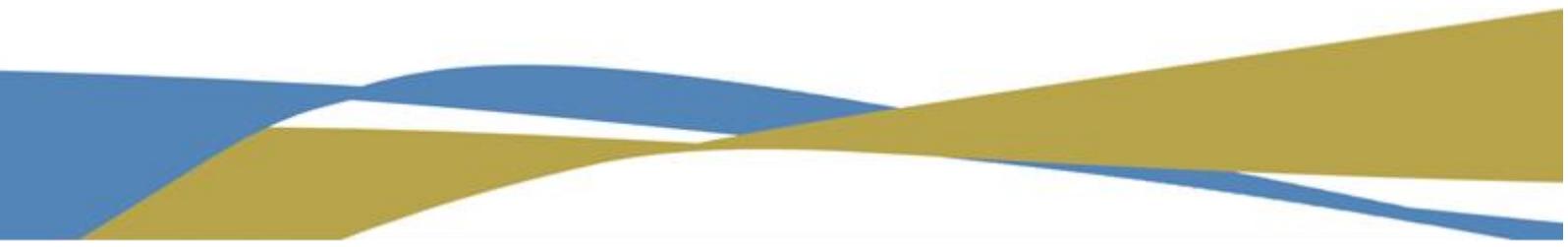
La investigación tiene como **objetivo** elaborar un manual de tácticas radiofónicas para optimizar las transmisiones noticiosas de Radio Antena 3 de la ciudad de La Libertad.

La **metodología** utilizada responde al método tipo inductivo y deductivo con un nivel estudio explorativa, la **población** fueron los ciudadanos y ciudadanas del Cantón la libertad y se trabajó con una **muestra** no probabilística permitiendo determinar un número de habitantes basados en un censo del año 2010.

A través de este trabajo se **concluye** que la ciudadanía prefiere a la radio como medio de comunicación por encima de las demás siendo una gran herramienta de información.

Sin embargo, el 68% de la población considera que el programa debe innovar y contratar periodistas certificados para que su programación sea más completa.

Andrango M. Bárbara Elizabeth (2015) en su trabajo de investigación titulado “*Producción radiofónica para radio mensaje en coproducción con la carrera de Comunicación Social sobre mujeres productoras agroecológicas de Cayambe*”.



Trabajo realizado para optar el grado académico de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social con especialidad en desarrollo de la Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador.

La investigación tiene como **objetivo** la creación de un proyecto radiofónico que pueda identificar la labor agroambiental de las mujeres de Cayambe, quienes a través de las herramientas de un programa puedan expresar las experiencias y conocimientos hacia la comunidad.

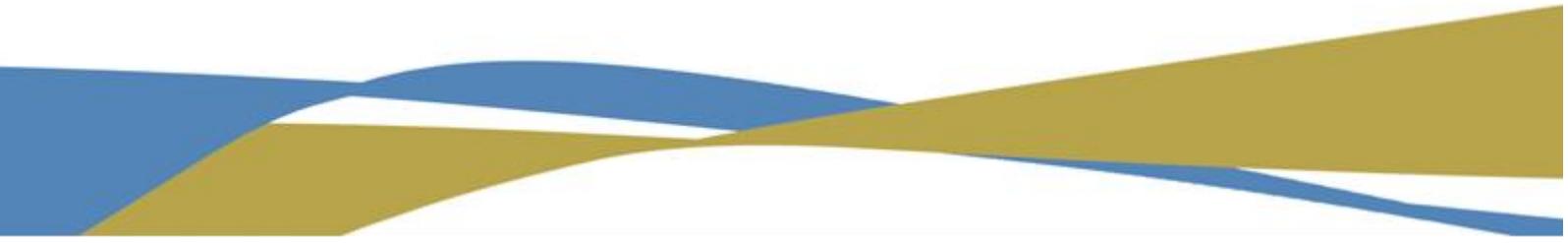
La **metodología** es de tipo cualitativa utilizando el método de investigación de encuestas y entrevistas siendo este último el de mejor resultado para la recolección de datos debido a que se buscaba profundizar más en las debilidades y fortalezas de la comunidad permitiendo tener un diagnóstico situacional. La **población** fueron las mujeres productoras de la región de Cayambe de quienes la **muestra** fue el total de la población.

Esta investigación **concluye** que a través del programa “La Campesina” se evidenció la participación de las mujeres productoras agroecológicas de Cayambe. Es así que se reconoce la importancia de la elaboración de un programa para la cooperación activa de la comunidad y el desarrollo que este medio de comunicación brindaría.

2.3 Antecedentes nacionales

Mendoza M. Jorge Luis, (2017) en su trabajo de investigación titulado “*La producción radial en relación a la artística radial de la Emisora Onda Cero y la Emisora La Inolvidable*”. estudio para obtener el título profesional de licenciado en Ciencias de la Comunicación en la Universidad San de Martín de Porres.

Esta tesis tiene el **objetivo** es conocer de como la producción radial esta relaciona con la artística radial en las emisoras Onda Cero y La Inolvidable, año 2017.



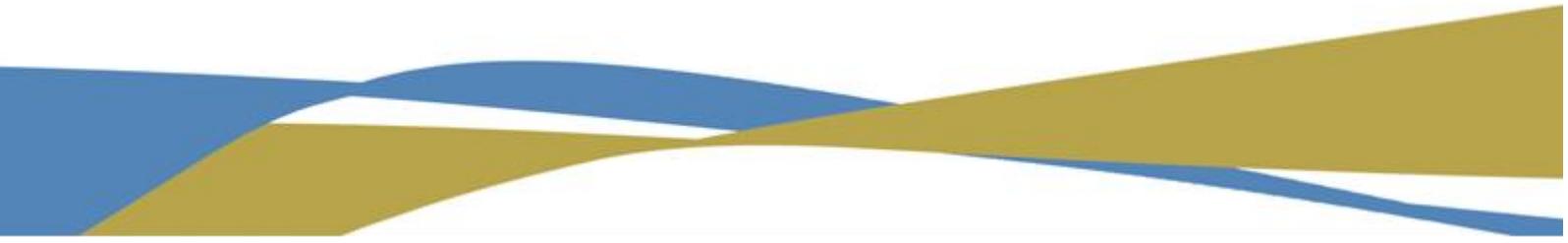
La **Metodología** posee un diseño no experimental de tipo aplicada, de nivel descriptivo, correlacional y con un método inductivo y deductivo. Se tomó como **población** a los alumnos de X ciclo de la Carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Martín de Porres utilizando una **muestra** de 40 unidades de análisis.

Como resultado final se ha llegado a la **conclusión** de que se ratifica la hipótesis general que indica que la producción radial se asocia con la artística radial a través de La Emisora Onda Cero y La Emisora La Inolvidable, año 2017. Esto debido a que se encontró que la música, el timbre e intensidad de la voz, son factores importantes para la identificación de una emisora y siendo estas características parte de la producción radial se confirma la hipótesis planteada.

Nolte R, Flor de María (2019) en su trabajo de investigación titulado *“Relación entre la producción radial y conciencia social en referencia a la prevención de sismos, durante el programa periodístico “Entre café y café”, producido por el área de radio de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad San Martín de Porres, del año 2017”*.

Trabajo realizado para obtener el grado académico de maestra en Periodismo y Comunicación Multimedia en la Universidad San de Martín de Porres.

Esta investigación tenía como **objetivo** entender de qué modo la producción radial se relaciona con la conciencia social en referencia a la prevención de sismos en el magazine periodístico, “Entre Café y Café”, producido por la radio radio de la Facultad de Comunicaciones, en la Universidad San Martín de Porres. La **metodología** posee un diseño de exploración no experimental y aplicada, con un nivel descriptivo, correlacional, multivariada y método Inductivo y deductivo. Se realiza a cabo con una **población** de 50 mecanismos de estudio, alumnos que cursen el X ciclo de la escuela de Ciencias de la



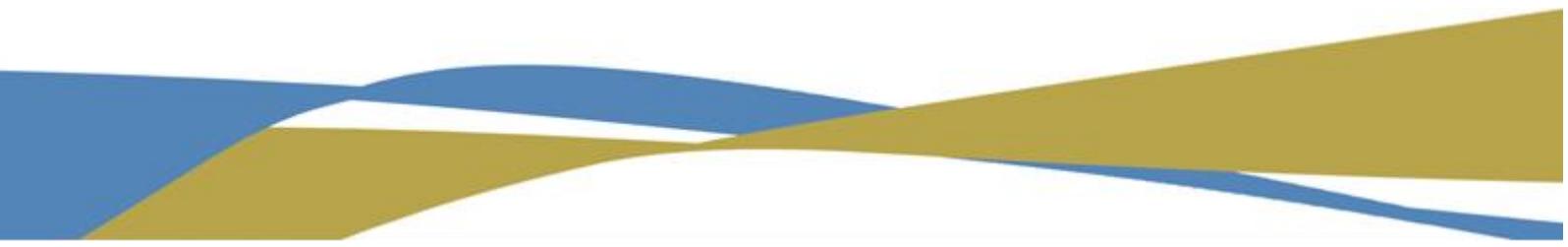
Comunicación en la Universidad de San Martín de Porres. Como **muestra** se trabajó con un total de 25 unidades de análisis.

La tesis **concluye** que gracias a la producción radial se involucró un trabajo de investigación periodística por parte de los alumnos del último ciclo que motiva a una toma de conciencia tanto en la audiencia como en los participantes de la producción, porque implicó en una recolección de datos relevantes para poder ser difundidos y explicados en las diferentes ediciones del programa.

Aliaga L. Luis Javier (2009) en su trabajo de investigación titulado *“La producción radial y su relación con el proceso socio-económico en crecimiento en la provincia de Virú 2009”*. Trabajo realizado para obtener el grado de maegister en Ciencias Sociales en la Universidad Nacional de Trujillo.

La exploración de este proyecto proyectó como **objetivo** identificar las características entre el proceso de producción de radio de un grupo muy pequeño de estaciones de radio ubicadas en la provincia de Virú y el proceso socioeconómico que aumenta por el momento. La hipótesis desarrollada, declara que la producción de radio no tiene vinculación con el creciente proceso socioeconómico en la provincia norteña de Virú. Con esta intención, se observa que la producción de radio se preocupa por percibir y entender su conducta informativa, el creciente proceso económico, hasta la verificación en algunas empresas centrales de exportación agrícola.

La **metodología** utilizada pertenece a una investigación cualitativa teniendo una **población** de ocho emisoras del distrito de Virú y Chao (Virú Star, Ollantay, Halley, Stelar, Stereo Ideal, Kadena 100, Mega y Onda Mix) utilizando el mismo número de emisoras para la **muestra** constando de ocho emisoras del distrito de Virú y Chao.



La **conclusión** muestra que no existe una relación entre los procesos de producción de radio y el creciente proceso socioeconómico, proponiendo una amplia gama de opciones para racionalizar, mejorar y agregar al procedimiento de producción de radio con los procesos económicos, políticos y socioculturales restantes. Por lo tanto, la investigación en comunicación ayuda efectivamente con las necesidades de cambio debido al desarrollo social igualitario.

2.3.1 Bases teóricas

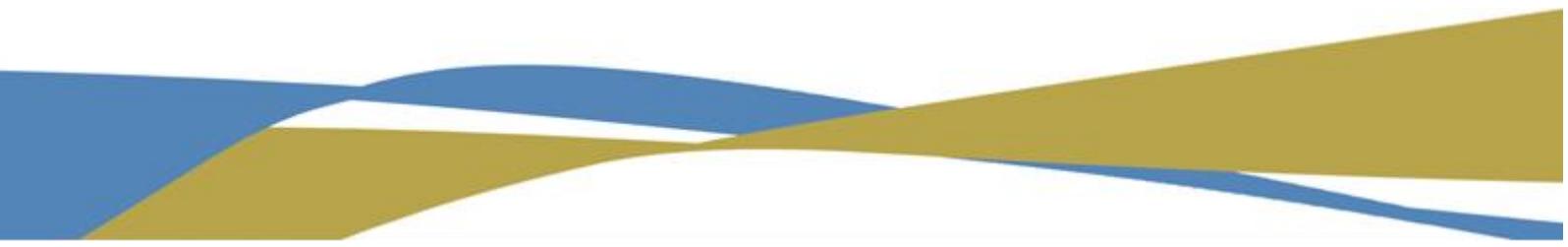
2.3.1.1 Producción radiofónica

La producción radiofónica es un concepto macro que identifica tanto la concepción, diseño y realización de un proyecto radiofónico, así mismo su relación con el factor humano, estudio del mercado, logística y materiales a emplear.

El concepto engloba la parte técnica y teórica para su realización, el uso de conceptos ampliamente estudiados como género, lenguaje y métodos radiofónicos, comprendiendo también la ejecución de herramientas para la creación, distribución y el procesamiento de fuentes sonoras.

La autora Rodero (2005) indica que “en el término producción radiofónica encuadramos el proceso creativo de elaboración y realización de productos radiofónicos -géneros y programas- a partir del conocimiento teórico y técnico de sus componentes, herramientas y estructura” (p. 53)

Para entender este proceso debemos partir desde la concepción; todo producto radiofónico tiene como fin la creación de un mensaje que utilice los diferentes géneros y formatos



existentes y concebidos por un emisor, el cual debe ser ampliamente entendible por el oyente o receptor.

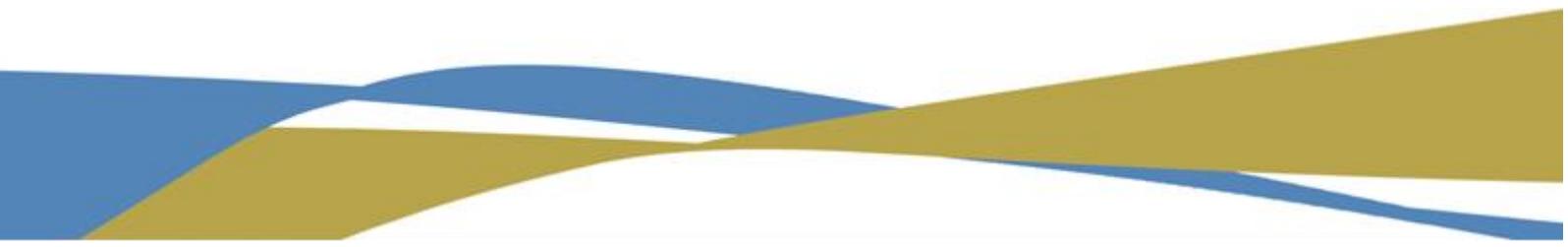
De modo que dependiendo del contexto utilizaremos un género informativo, de opinión o de entretenimiento. Muchos de estos géneros y formatos tienen diferentes herramientas que ayudan al correcto desarrollo de un programa radiofónico, dentro de ellos encontramos el guion, la pauta, el log, etc.

Araya (2006) sostiene que:

En las Ciencias de la Comunicación en particular y en la producción radiofónica en general, no existen procedimientos o recetas inflexibles, por lo que se recomienda valorar estos elementos a la luz de las necesidades específicas de cada persona y situación. En última instancia, la producción de mensajes y programas radiofónicos debe responder a las necesidades sociales de comunicación que se detecten en un sector de población determinado. (p. 172)

Dentro de la producción radiofónica hay una amplia gama de herramientas que permiten mejorar la transmisión del mensaje creando atmósferas imaginativas que tienen la tarea de guiar y ordenar la información.

A este aspecto se le llama artística radial, la cual se ubica en la producción técnica donde es imperante el uso de herramientas digitales para la creación de efectos sonoros que acompañados de una voz crean el revestimiento de un programa radiofónico. Dentro de ellos se clasifican las cuñas, presentaciones, cortes, fondos, cortinas y demás material que será utilizado para mejorar el flujo de contenidos.



Los autores Forero y Céspedes (2018) sostienen que:

El gran propósito de los productores de radio es lograr crear imágenes mentales en sus audiencias con los contenidos que emiten, para lo cual se valen de los cuatro elementos que tienen a su disposición: las voces, la música, los efectos sonoros y el silencio. (p. 153)

2.3.1.2 Géneros radiofónicos

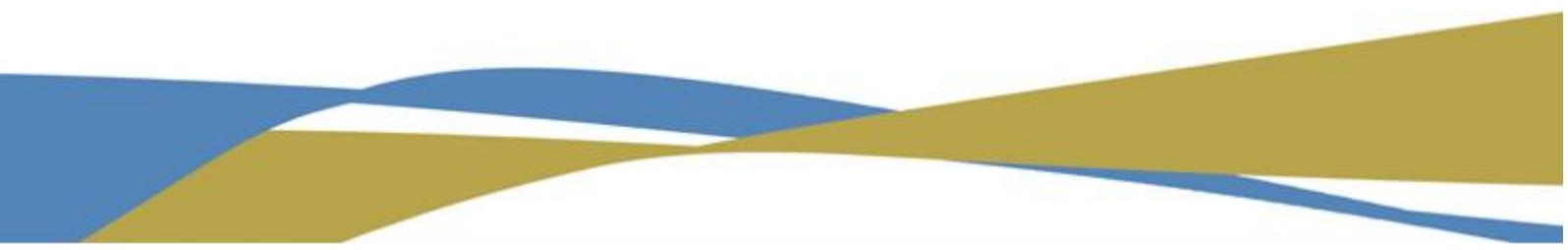
Para poder dosificar los contenidos emitidos en la radio estos deben ser clasificados en diferentes modelos, algunos obtendrán una mejor respuesta dependiendo de su función comunicativa y del lenguaje que utilice.

Los géneros etimológicamente representan el origen del producto radiofónico de ahí parte la conceptualización de un programa, su diseño, desarrollo, difusión, público.

Sin embargo, no hay una definición exacta de jerarquización entre géneros y formatos radiofónicos, se puede deducir que, por la mayoría de estudios observados, se afirman que el género es el punto inicial para poder empezar a construir un mensaje radiofónico que responda a diferentes formatos dependiendo de su periodicidad, contenido y emisión.

López (2000), indica que como anteriormente dicho, etimológicamente debemos entender que los géneros radiofónicos son jerárquicamente mayor a los formatos puesto que el formato es un modelo de cómo narrar los tipos de géneros radiofónicos existentes.

“Los géneros, entonces, son los modelos abstractos. Los formatos, los moldes concretos de realización. En contexto, casi todos los formatos podrían servir para casi todos los géneros”
(p. 80)



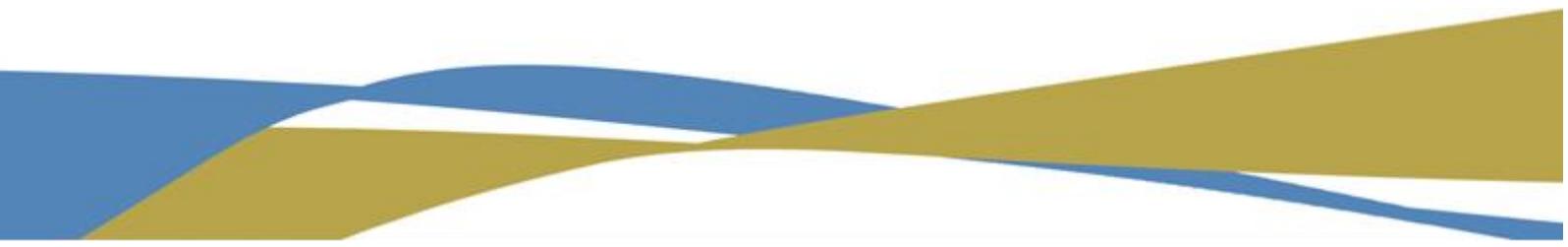
¿Qué proponen estas dos palabras, género y formato? La inicial tiene una raíz griega que significa generación, origen. Expongamos que son las primeras distribuciones del material radiofónico, las características ordinarias de un programa. La segunda viene del vocablo latino forma. Son las figuras, los contornos, las estructuras en las que se vierten los contenidos imprecisos (López Vigil, 2000, pág. 18)

En muchos casos esta diferenciación entre géneros y formatos es relacionada con las variaciones regionales donde se considera a uno por encima del otro. Despejada la duda de jerarquías entre uno y otro debemos entender que los géneros se dividen principalmente en tres grandes grupos.

Al contrario, Rodero (2011) clasifica a los géneros por su función comunicativa entre ellos el de informar, formar, entretener y persuadir. Esta clasificación permite dividir en tres grandes grupos como géneros informativos, opinativos y de entretenimiento.

“Según la función prioritaria que cumple cada programa, se pueden diferenciar tres grandes bloques: programas informativos cuyo objetivo primordial es informar, programas de entretenimiento y ficción, con una finalidad más lúdica, programas publicitarios y de opinión, encaminados a la persuasión.” (p. 56)

Ahora bien, Guarinos (2009) clasifica al género radiofónico en ficcionales y no ficcionales, dentro de ellos se encontrarían como ficcionales la novela y el drama. Por su parte en los no ficcionales se encontrarían los reportajes, informativos y de opinión teniendo una gran carga en el ámbito periodístico.



2.3.1.3 Género informativo

Es de carácter periodístico, en ellos se busca retratar la realidad de un hecho noticioso o de carácter formativo que sea de interés público. Para su desarrollo es imprescindible la investigación de múltiples fuentes que serán interpretadas por el conductor o locutor.

El tratamiento de este género responde a interrogantes básicas ¿Quién?, ¿Por qué? ¿Cuándo? y ¿Cómo? Característica dependiente de este género donde la voz y la palabra toman prevalencia por delante de la música y los efectos sonoros.

Entre sus principales formatos se encuentra la noticia, la crónica, el informe y la entrevista.

2.3.1.4 Género opinativo

A diferencia del género informativo éste en particular trabaja la subjetividad puesto que se reciben diferentes manifestaciones políticas, culturales, económicas, entre otros.

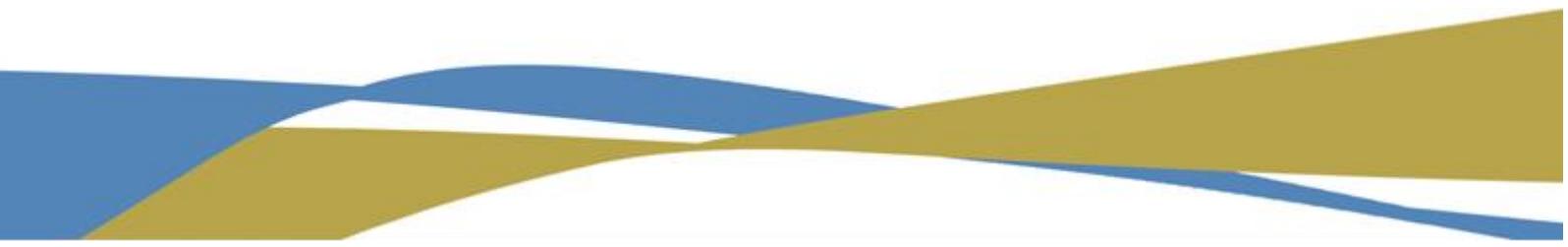
Es el símil de lo que en formatos de radio musical llamaríamos un programa de complacencias, puesto que aquí se abren los micrófonos a los oyentes para que puedan discrepar o apoyar algún tema en particular. En este género se trabaja el análisis, la moderación y el pensamiento crítico.

Dentro de sus principales formatos de encuentra el debate, la tertulia, el comentario y la encuesta.

2.3.1.5 Género entretenimiento

Muchas veces llamado género o formato musical debido a su estrecha relación por ser el de mayor consumo por los oyentes y que representa la mayoría de la programación de las radios.

Es un género muy variable en cuestión a parámetros y generalidades técnicas, en él se combinan diferentes formatos siendo la música y los efectos de sonido y los protagonistas.



A diferencia de los demás géneros éste se diferencia por el contenido y no por la estructura lineal que posee el informativo y el de opinión.

Entre sus principales formatos se encuentra el ranking, traffic show, magazine, musical, morning show, entre otros.

2.3.1.6 Proceso radiofónico

La producción radiofónica pasa por un proceso de creación ordenado y metodológico, en él se ubican un determinado número de acciones que deben ser trabajadas partiendo desde la concepción, la selección, el diseño y la realización. Rodero (2005). Este modelo implica un método progresivo y donde están inmersas diferentes características de cada punto. Para muchos este proceso se divide en solo tres grupos, preproducción, producción y postproducción.

El autor Araya (2006) sostiene que:

Se lleva a la realidad la propuesta de producción por medio del desempeño de los planes de trabajo y se sintetiza el proceso de producción del programa radiofónico, su difusión y su recepción por el público meta. Cada colaborador en el proceso desempeña el trabajo asignado, para lograr los objetivos propuestos.

Así, el proceso de producción radiofónica consiste en tres etapas indispensables: preproducción, producción y postproducción. (p.165)

Si bien ambos métodos son válidos y pueden ser utilizados para esta investigación, nos conviene trabajar con el modelo de Rodero, puesto que el presentado por Rivera, representa un modelo diseñado en favorecer a los programas radiofónicos grabados y siendo esta una

investigación que evalúa una emisora que trabaja con más del 95% de programas en vivo, se adoptara el primer modelo presentado.

2.3.1.7 Proceso de concepción

En esta parte del proceso definiremos los objetivos de nuestro producto radiofónico, aquí se presenta la idea que debe ser sustentada por una investigación o estudio de mercado, que deben arrojar resultados favorables para hacer viable el proyecto.

En este punto se evalúa importantes aspectos como la audiencia, la emisora, el nombre y el tiempo que dure el programa, además se tiene que tener presente el financiamiento y la logística.

2.3.1.8 Proceso de selección

Ya pasado el punto de la concepción o planificación entramos en la fase de selección, aquí se debe definir el género y formato que represente mejor la información y el contenido que queremos transmitir. Además, debemos iniciar un proceso de convocatoria par elegir el recurso humano que requiera nuestro proyecto.

2.3.1.9 Proceso de diseño

El diseño es la parte donde revestiremos al formato elegido, a través de la artística radial la cual tiene como elementos la música, efectos sonoros, cuñas y demás herramientas que también puede ser creados a partir de sistemas de tipo hardware o softwares.

2.3.1.10 Proceso de realización

La parte culminante de este proceso de creación radiofónica, tiene como objetivo la puesta en marcha de todo lo trabajado en las fases previas, aquí sí es de carácter imperativo el uso de tecnologías para la transmisión de nuestro programa mediante el uso del espectro

radioeléctrico o a través de nuevos medios que cada día obtienen mayor relevancia como el streaming.

2.3.1.11 Staff o factor humano

En un radio cada vez más automatizada se puede pensar que la intervención del factor humano es menor y casi reemplazable, pero la dinámica de muchos formatos demuestra que es imprescindible para crear una estación dinámica y con un sonido identificativo.

Las diferentes habilidades de los miembros del staff desarrollarán la formación de la producción radiofónica, debido a que dentro de estas características encontramos dos principales: la destreza técnica y los conocimientos teóricos. Ambos de vital importancia para una correcta conceptualización, diseño y ejecución de un producto radiofónico.

Dentro de los conocimientos teóricos encontramos los cargos de director, productor y programador, que se centran en la toma de decisiones regidas por el dominio de conocimientos en los cuales se involucra una previa formación superior.

Por otra parte, están los locutores, editores y operadores, cargos que responden a la toma de decisión en base a un dominio de habilidades que entendemos como conocimientos técnicos los cuales han sido perfeccionados por la experiencia laboral o empírica.

Para (Hausman, Messere, O' Donnel, & Benoit, 2011) el equipo humano o staff es indispensable para generar el sonido de la radio, que es un sello audible reconocido por los oyentes.

Sin embargo, un recurso clave para la construcción de la audiencia es el tiempo de transmisión de la estación. La gente de producción juega un papel significativo ayudando a promover la propia emisora mediante la creación de imaginativos

sonidos que permiten una identificación clara de la estación en la mente de los oyentes. (P. 16)

“Es una oportunidad de ser, a la vez, un artista, un técnico y un productor. Producción es uno de los puestos clave en cualquier estación de radio. La gente que hace la producción constituye la base de la radiodifusión.” (Hausman, Messere, O' Donnel, & Benoit, 2011)

Definiciones



2.3.2 Bases filosóficas

Para esta investigación se ha tomado como apoyo la doctrina del positivismo, debido a que cree que el único conocimiento auténtico es el científico que mostrará datos reales que contrastados nos arrojarán resultados concretos y confiables.

2.3.3 Definición de términos conceptuales

a) Audiencia

“Se le nombra al grupo de individuos que está oyendo una emisión en un día y una hora determinada”. (Terrones Negrete, 2014)

b) Baches

Es la ausencia involuntaria de voz, música y sonidos en una emisión en vivo, este silencio es interpretado como un error técnico o humano. (Glosarios. Servido, s.f.)

c) Boletín

Noticia importante para ser contada, narrada o transmitida inmediatamente por ser de interés y suma importancia. Normalmente interrumpe la programación para su emisión, pertenece al género periodístico y narra hechos reales y actuales. (Hablemos de Radio, s.f.)

d) Cobertura

Es el espacio territorial que cubre una señal de radio. También puede ser la cantidad de hogares o individuos capaces de escuchar una estación de radio en determinada zona. Es denominado como unidad de medida de carácter potencial. (Terrones Negrete, 2014)

e) Conductor

Es la persona responsable que da la presentación, contenido, adiós y créditos en un programa de radio. La expresión se usa también para referirse al periodista de un espacio informativo. (Cyrana, 2008)

f) Cuñas

Mención publicitaria o promocional de poca duración y particular la intervención del locutor radiofónico. Para este producto dramatizado actúan la palabra, el efecto sonoro y la música. La duración estándar es de hasta 1 minuto aproximadamente.

(Manual de Estilo de rtve, s.f.)

g) Disc-Jockey

Se le denomina al conductor y locutor que hace comentarios de música popular, se les denomina de esta manera ya que siempre utilizan los instrumentales para iniciar su narración, por lo que se considera que montan o se antepone sobre la música denominándolos montadores de discos. (RTVE - Radio, 2016)

h) Distorsión

Reproducción que carece de fidelidad en señales audiovisuales, debido a cambios o interferencias que infieren en la forma de onda de la señal original, esta distorsión es asociada a un problema técnico en algún punto del recorrido desde el transmisor al receptor. Se clasifica en distorsión no lineal, de frecuencia, y de fase. (Hablemos de Radio, s.f.)

i) Emisora

Estación de radiofrecuencia que transmite sonido a distancia a través de ondas hertzianas o radioeléctricas. (RTVE - Radio, 2016)

j) Innovador

Se le denomina a la creación de algo único que genera gran repercusión por ser novedoso e interesante a la vez que fomenta al desarrollo de más ideas de acuerdo a su creación. (López Vigil, 2000)

k) Lenguaje radial

Lenguaje específico que se utiliza en los programas de radio, que debe cumplir diferentes requisitos de claridad, expresión y persuasión a la vez de ser coloquial, sencillo, concreto, veraz y sin exageración para ser coherente con las ideas del locutor.

También es denominado a los recursos que utiliza para su utilización para generar sensaciones a través de la música y recrear ambientes con la ayuda de efectos sonoros.

Denominando al lenguaje un conjunto de elementos sonoros y no sonoros representadas por la palabra, los efectos sonoros, la música y el silencio. (Hausman, Messere, O' Donnel, & Benoit, 2011)

l) Locutor(a)

Individuo encargado de la bienvenida, adiós y créditos de un programa radiofónico. Considerado un profesional de la voz, que conoce la metodología y la técnica apropiada para el uso correcto en una presentación, lectura o anuncio de los programas radiofónicos y televisivos. El locutor profesional demanda de voz atractiva y que sea efectivamente radiofónica, poseyendo una estupenda dicción, además de conocimientos generales que resalten la personalidad vocal para saber mezclar en forma atrayente la lectura de un guion, sin caer en el exceso de la oración. Existen diferentes tipos de locutor: comentarista, actor, de cabina, lanza discos, narrador, maestro de ceremonias, comercial, animador y de noticias o informadores. (Cyrana, 2008)

m) Oyentes:

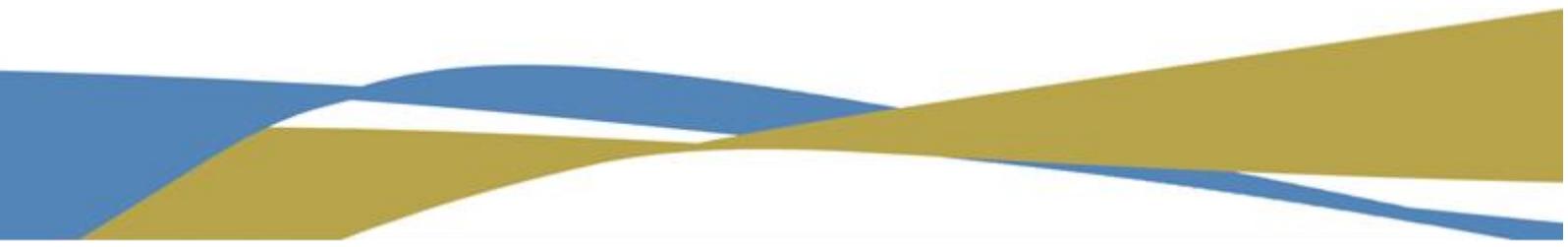
Público, auditorio o conjunto de personas que oyen en un momento o situación específico una difusión de información. (Manual de Estilo de rtve, s.f.)

n) Sintonía

En encuesta o survey se refiere o significa el porcentaje o número de hogares o personas que poseen el receptor de radio encendido en un instante determinado de alguna emisora o programa radiofónico determinado. (Terrones Negrete, 2014)

2.3.4 Hipótesis de investigación

La investigación es de nivel descriptivo y de enfoque cuantitativo con una sola variable, por consiguiente, no requiere de hipótesis.



2.4 Operacionalización de las Variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA
Producción radiofónica	Géneros radiofónicos	Informativo	¿Cómo consideras el tratamiento de la información en el noticiero de Radio Paraíso?	Multi escala
		Opinativos	¿Escuchado espacios donde los oyentes puedan opinar sobre temas de interés público en radio Paraíso?	
		Entretenimiento	¿Te parece agradable la música que transmite Radio Paraíso? ¿Crees que los programas de tipo magazine de Radio Paraíso ofrecen contenido entretenido?	
	Proceso radiofónico	Conceptualización	¿Crees que la emisora cumple con los principios de informar? ¿Crees que la emisora cumple con los principios de educar? ¿Crees que la emisora cumple con los principios de entretener?	
		Selección	¿Consideras que los programas de radio Paraíso son innovadores?	
		Diseño	Con respecto a otras emisoras ¿cómo calificarías la calidad de sonido de Radio Paraíso? ¿Identificas la voz representativa del locutor en las cuñas de la emisora?	
		Realización	¿Los horarios de los programas te permiten poder sintonizarlos? ¿Cómo calificarías la cobertura de radio Paraíso?	
	Staff Radiofónico	Destreza técnica	¿Encuentras baches, silencios y demás sonidos que identificas como errores técnicos? Si encontraste errores técnicos ¿estos fueron subsanados rápidamente?	
		Conocimientos teóricos	¿Conoces la formación profesional de uno o más integrantes de la emisora?	

CAPITULO III

METODOLOGIA

3.1 Diseño metodológico

3.1.1 Tipo de investigación

La presente es una investigación de tipo básica debido a que la variable no sufre modificación y solo utilizaremos la recolección de datos.

“Posee como objeto perfeccionar el conocimiento más que simplemente generar resultados o que favorezcan a la sociedad en el futuro inmediato. Este tipo de investigaciones son esenciales para el bien socioeconómico a largo plazo”, (Tam, Vera y Oliveros, 2008 p.146)

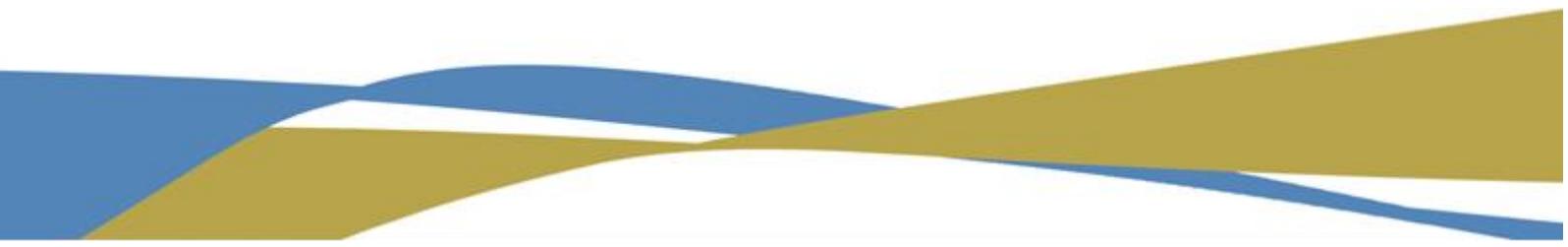
3.1.2 Diseño de investigación

El diseño de investigación que utilizaremos es no experimental

En el diseño no experimental se experimentan objetos, circunstancias, instituciones o sujetos en su contexto; no se manipulan ni las circunstancias, ni las variables de manera intencionada. Consiste en observar anómalas tal y como se desarrollan en su contexto natural para después examinarlos. (Chavez, 2007, p. 136)

3.1.3 Nivel de investigación

La actual Investigación es de un nivel descriptivo debido a que recogeremos la percepción de los pobladores de Centro Poblado Fujimori sobre la producción radiofónica de Radio Paraíso.



“La exploración de campo reside en la cosecha de cifras directamente de la realidad donde suceden los hechos, sin tergiversar o controlar variable alguna”. (Figs G. Arias 2004 p. 94)

3.1.4 Enfoque

La actual investigación es de carácter cuantitativo porque a través de la recolección de datos y el estudio de estos se obtendrán respuestas de nuestra investigación.

“Las técnicas cuantitativas son muy poderosas en términos de validez externa ya que con una muestra representativa de la población se hacen inferencia a dicha población a partir de una muestra con una seguridad y precisión determinada”. (Fernández, P, 2002 p. 76)

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

La población de esta actual investigación es desconocida, si bien se reconoce el número aproximado de pobladores del Centro Poblado Fujimori por referencias de los dirigentes cuyo valor es 6000 habitantes, no se sabe fielmente cuántos de ellos escuchan Radio Paraíso.

“Un conjunto finito o infinito de elementos son características habituales para los cuales serán prolongables terminaciones de la investigación. Esta queda determinada por el problema y por los objetivos del estudio” (Figs G. Arias, 2006, p. 38)

3.2.2 Muestra

“Un subconjunto característico y finito que se extrae de la localidad accesible”. (Figs G. Arias, 2006, p. 83)



1) Fórmula para obtener el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

Donde:

N = Tamaño de población

Z = Nivel de confianza 1,96

p = Probabilidad de éxito 0,5

q = Probabilidad de no éxito 0,5

e = Error sistemático 0,05

n = Muestra

Reemplazo de datos:

$$n = \frac{1,96^2 (0,5)(0,5)}{0,05^2}$$

$$n = \frac{3,84 * 0,25}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,96}{0,0025}$$

$$n = 384$$

Fórmula para muestra según el número de población

$$n = \frac{n_0}{1 + \left(\frac{n_0}{N}\right)}$$

El tamaño de la muestra es de 361 pobladores

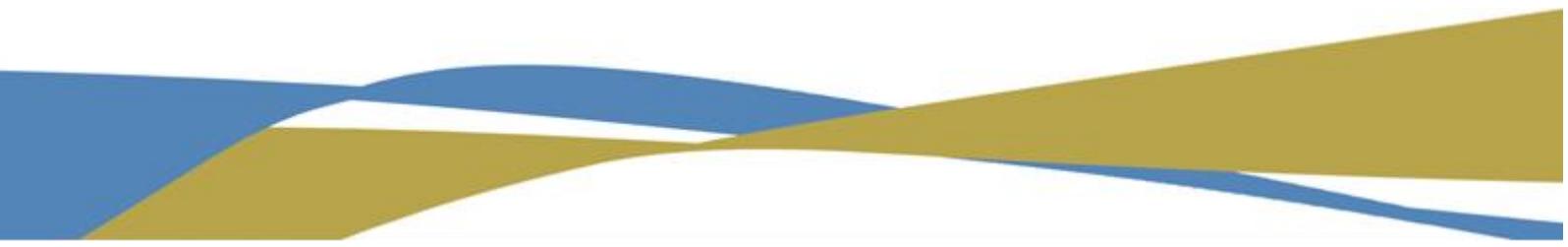
3.3 Técnicas de recolección de datos

Para la recolección de datos se utilizarán diferentes técnicas como la encuesta que será aplicada a los pobladores de Centro poblado Fujimori, así mismo se utilizará el análisis documental que nos permitirá revisar fuentes bibliográficas, publicaciones especializadas e investigaciones.

Al manejar la encuesta como técnica de recolección de cifras y datos, esta será diseñada en base a 12 ítems definidos por la operacionalización de variables las cuales, al ser desarrolladas y vaciadas al sistema de análisis estadístico, arrojará diferentes cuadros estadísticos pudiendo identificar nuestras conclusiones.

3.4 Técnicas para el procesamiento de la información

Para el proceso de la encuesta e información recolectada a través de la encuesta se utilizará el software informático Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), el cual no proporcionará la producción de cuadros, barras y gráficos estadísticos para poder interpretar nuestro cuestionario.



CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados

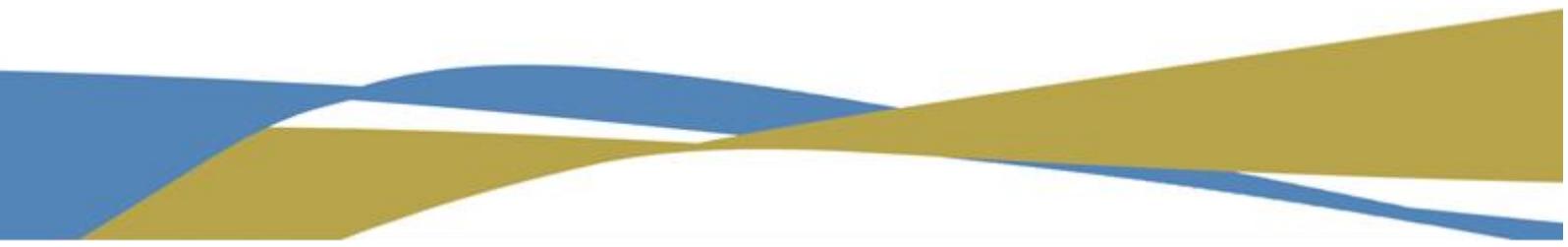
Utilizando la encuesta como instrumento de medición en esta investigación, podemos concretar algunos resultados significativos que muestran una clara preferencia a las propuestas que Radio Paraíso ofrece a sus oyentes en el Centro Poblado Fujimori de la provincia de Huaura.

En innumerables ítems de nuestra encuesta podemos observar el gran respaldo por los contenidos tanto informativos, educativos y de entretenimiento que presenta Radio Paraíso, teniendo mayor énfasis y aceptación en los programas de corte periodístico.

Puede que la crisis política y de inseguridad que vivimos sea un gran aliciente que favorezca este tipo de preferencias por parte de los radioescuchas, quienes buscan información en la radio por ser uno de los medios de comunicación tradicionales, en donde se puede opinar de forma más abierta con referencia opuesta a la televisión y los diarios.

El bajo costo para adquirir un equipo receptor de radio también influye en una mayor demanda y consumo de estaciones como es el caso de Radio Paraíso.

Según Emma Rodero (2011) indica que las radio tiene que programar sus contenidos de acuerdo a las necesidades de un sector o población la cual podríamos indicar como una necesidad en este sector, que requiere mantenerse informado, participar y expresar las problemáticas de su realidad.



1. ¿Cómo consideras el tratamiento de la información en el noticiero de Radio Paraíso?

Tabla 1. *Distribución de frecuencias y porcentajes sobre el tratamiento de la información*

	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Muy Bueno	62	17,17
Bueno	142	39,34
Regular	97	26,87
Malo	49	13,57
Muy Malo	11	3,05
Total	361	100.0

Nota: Datos obtenidos a partir del cuestionario del centro poblado Fujimori que sintonizan Radio Paraíso de la provincia de Huaura.

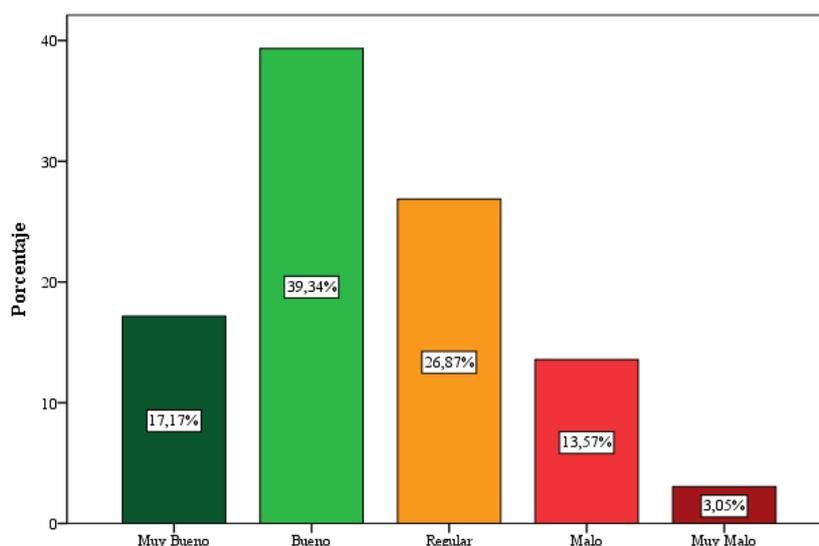


Figura 1. Figure 1. Distribución porcentual sobre el tratamiento de la información

Interpretación:

De los resultados logrados se aprecia que el 39,34% de los pobladores encuestados consideran como bueno al tratamiento de la información, mientras que solo un 3,05% lo considera como muy malo.

Este resultado indica que los pobladores del centro poblado Fujimori consideran bueno el tratamiento de la información.

2. ¿Escuchas espacios donde los oyentes puedan opinar sobre temas de interés público en radio Paraíso?

Tabla 2. *Distribución de frecuencias y porcentajes sobre espacios para opinar en la radio*

	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Sí	317	88,06
No	44	11,94
Total	360	100,0

Nota: *Datos obtenidos a partir del cuestionario del centro poblado Fujimori que sintonizan Radio Paraíso de la provincia de Huaura.*

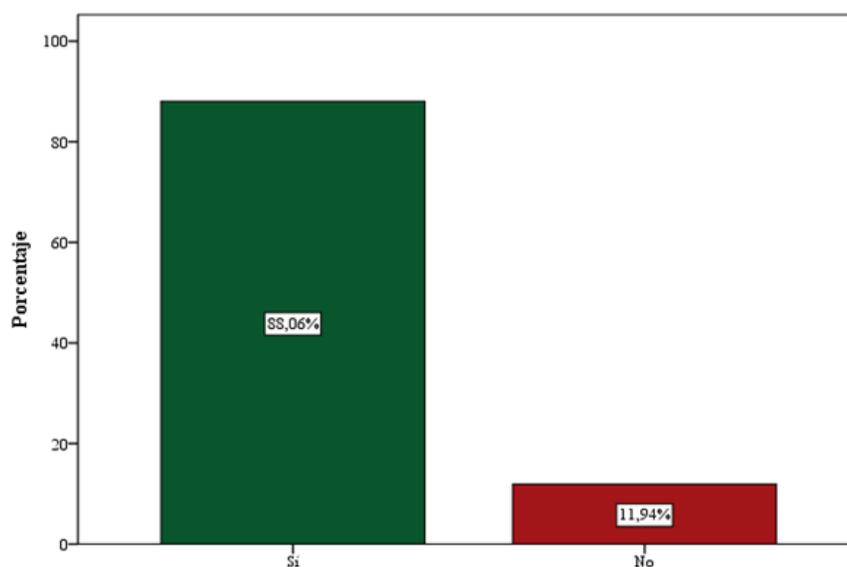


Figura 2. Figure 2. *Distribución porcentual sobre espacios para opinar en la radio*

Interpretación:

De los resultados logrados se aprecia que el 88,06% de los pobladores encuentran espacios donde los oyentes puedan opinar sobre temas de interés público en radio Paraíso, mientras que solo un 11,94% encuentran que no.

Este resultado indica que los pobladores del centro poblado Fujimori encuentran espacios donde los oyentes pueden opinar sobre temas de interés público en radio Paraíso.

3. ¿Te parece agradable la música que trasmite Radio Paraíso?

Tabla 3. *Distribución de frecuencias y porcentajes sobre el agrado de la música*

	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Sí	313	86,7
No	48	13,3
Total	361	100,0

Nota: *Datos obtenidos a partir del cuestionario del centro poblado Fujimori que sintonizan Radio Paraíso de la provincia de Huaura.*

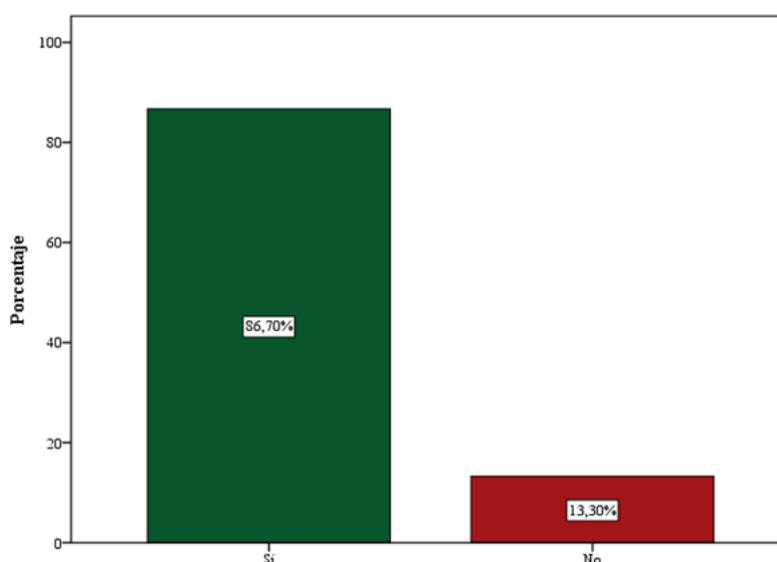


Figura 3. Figure 3. *Distribución porcentual sobre el agrado de la música*

Interpretación:

De los resultados logrados se aprecia que el 86,70% de los pobladores le parece agradable la música que trasmite Radio Paraíso, mientras que solo un 13,30% le parece que no.

Este resultado indica que los pobladores del centro poblado Fujimori encuentran agradable la música que trasmite Radio Paraíso.

4. ¿Crees que los programas de tipo Magazine de Radio Paraíso ofrecen contenido entretenido?

Tabla 4. *Distribución de frecuencias y porcentajes sobre el contenido entretenido en los magazines*

	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Sí	277	77,27
No	84	22,73
Total	352	100,0

Nota: *Datos obtenidos a partir del cuestionario del centro poblado Fujimori que sintonizan Radio Paraíso de la provincia de Huaura.*

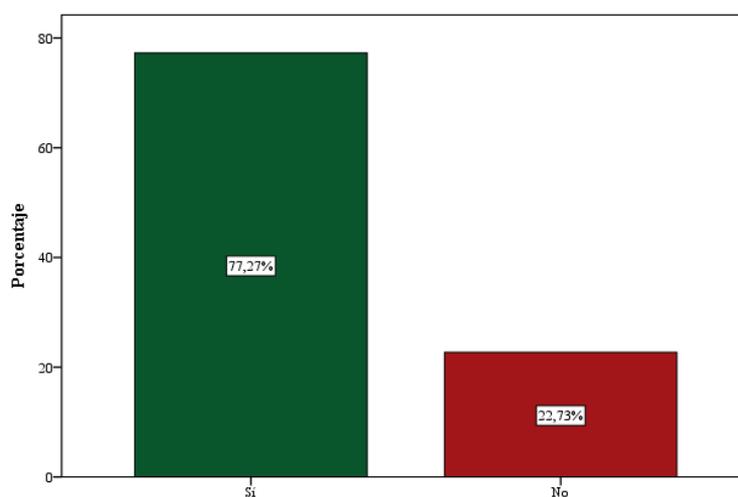


Figura 4. Figure 4. Distribución porcentual sobre el contenido entretenido en los magazines

Interpretación:

De los resultados logrados se aprecia que el 77,27% de los pobladores creen que los programas de tipo Magazine de Radio Paraíso ofrecen contenido entretenido, mientras que solo un 22,73% creen que no.

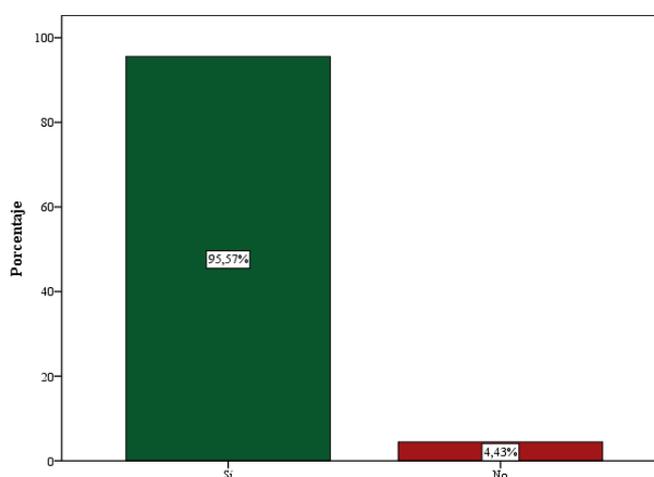
Este resultado indica que los pobladores del centro poblado Fujimori encuentran que los programas de tipo Magazine de Radio Paraíso ofrecen contenido entretenido.

5. ¿Crees que la emisora cumple con el principio de informar?

Tabla 5. *Distribución de frecuencias y porcentajes sobre el principio de informar*

	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Sí	345	95,57
No	16	4,43
Total	361	100,0

Nota: *Datos obtenidos a partir del cuestionario del centro poblado Fujimori que sintonizan Radio Paraíso de la provincia de Huaura.*

Figura 5. Figure 5. *Distribución porcentual sobre el principio de informar***Interpretación:**

De los resultados logrados se aprecia que el 95,57% de los pobladores creen que la emisora cumple con el principio de informar, mientras que solo un 4,43% creen que no.

Este resultado indica que los pobladores del centro poblado Fujimori creen que la emisora cumple con el principio de informar.

6. ¿Crees que la emisora cumple con el principio de educar?

Tabla 6. *Distribución de frecuencias y porcentajes sobre el principio de educar*

	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Sí	276	76.45
No	85	23,55
Total	361	100,0

Nota: *Datos obtenidos a partir del cuestionario del centro poblado Fujimori que sintonizan Radio Paraíso de la provincia de Huaura.*

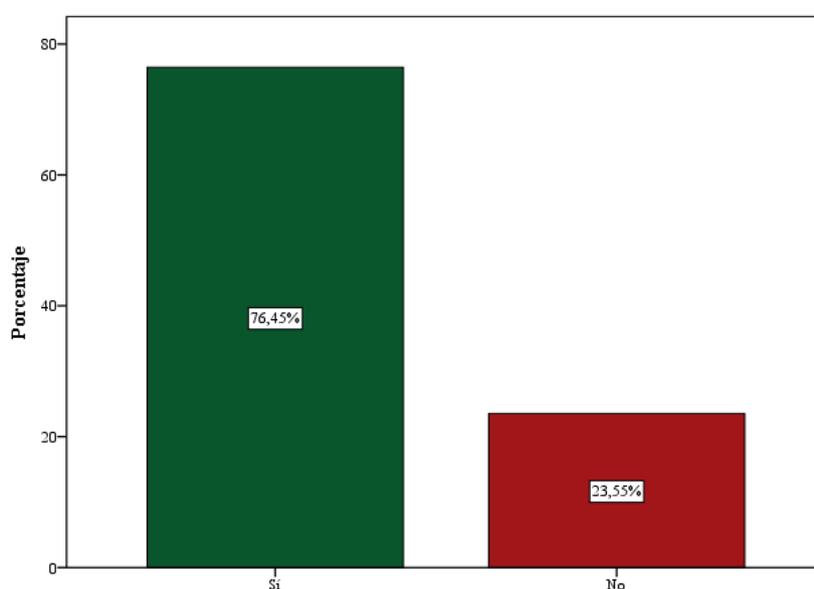


Figura 6. Figure 6. Distribución porcentual sobre el principio de educar

Interpretación:

De los resultados logrados se aprecia que el 76,45% de los pobladores creen que la emisora cumple con el principio de educar, mientras que solo un 23,55% creen que no.

Este resultado indica que los pobladores del centro poblado Fujimori creen que la emisora cumple con el principio de educar.

7. ¿Crees que la emisora cumple con el principio de entretener?

Tabla 7. Distribución de frecuencias y porcentajes sobre el principio de entretener

	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Sí	337	93,35
No	24	6,65
Total	361	100,0

Nota: Datos obtenidos a partir del cuestionario del centro poblado Fujimori que sintonizan Radio Paraíso de la provincia de Huaura.

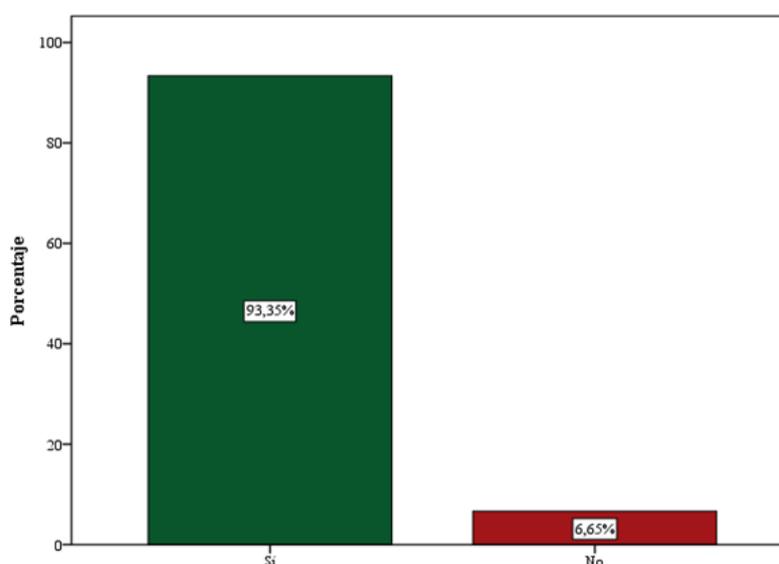


Figura 7. Figure 7. Distribución porcentual sobre el principio de entretener

Interpretación:

De los resultados logrados se aprecia que el 93,35% de los pobladores creen que la emisora cumple con el principio de entretener, mientras que solo un 6,65% creen que no.

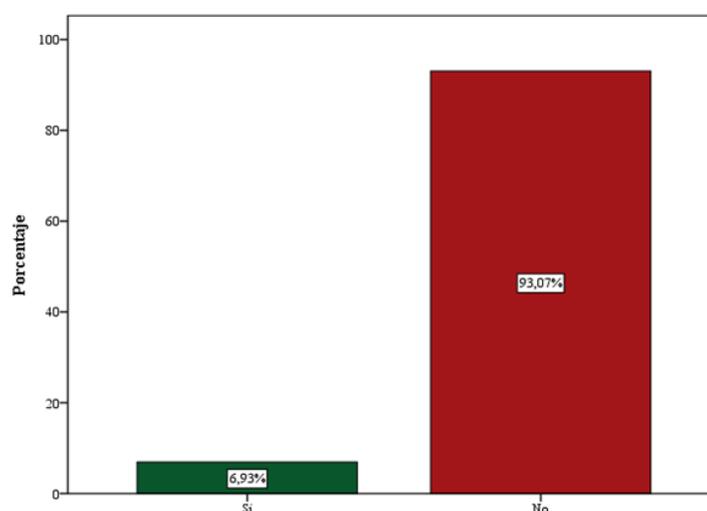
Este resultado indica que los pobladores del centro poblado Fujimori creen que la emisora cumple con el principio de entretener.

8. ¿Consideras que los programas de radio Paraíso son innovadores?

Tabla 8. *Distribución de frecuencias y porcentajes sobre la innovación en los programas*

	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Sí	25	6,93
No	336	93,07
Total	361	100,0

Nota: *Datos obtenidos a partir del cuestionario del centro poblado Fujimori que sintonizan Radio Paraíso de la provincia de Huaura.*

Figura 8. Figure 8. *Distribución porcentual sobre la innovación en los programas***Interpretación:**

De los resultados logrados se aprecia que el 93,07% de los pobladores consideran que los programas de radio Paraíso no son innovadores, mientras que solo un 6,65% consideran que sí. Este resultado indica que los pobladores del centro poblado Fujimori consideran que los programas de radio Paraíso no son innovadores.

9. Con respecto a otras emisoras ¿cómo calificarías la calidad de sonido de Radio Paraíso?

Tabla 9. *Distribución de frecuencias y porcentajes sobre la calidad de sonido*

	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Muy Bueno	31	8,59
Bueno	111	30,75
Regular	145	40,17
Malo	68	18,84
Muy Malo	6	1,66
Total	361	100,0

Nota: *Datos obtenidos a partir del cuestionario del centro poblado Fujimori que sintonizan Radio Paraíso de la provincia de Huaura.*

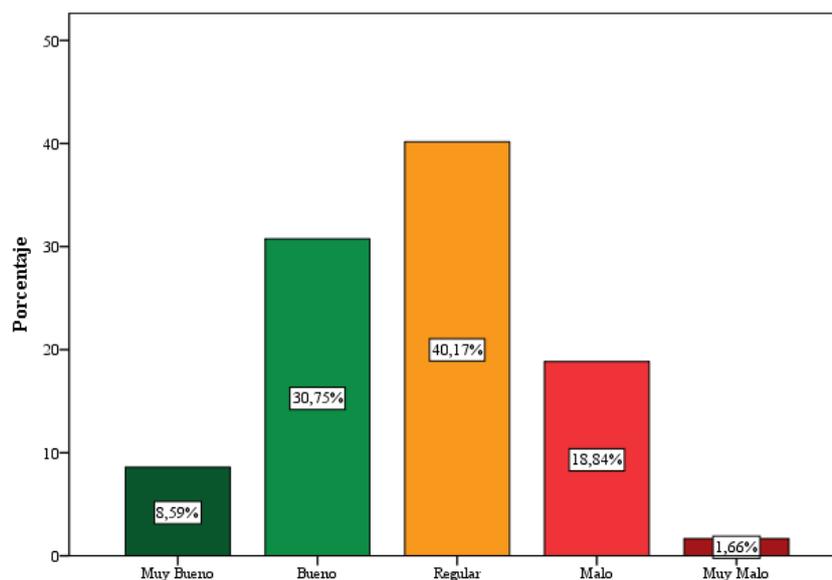


Figura 9. Figure 9. Distribución porcentual sobre la calidad de sonido

Interpretación:

De los resultados logrados se aprecia que el 40,17% de los pobladores consideran con respecto a otras emisoras, que la calidad de sonido de Radio Paraíso es regular, mientras que solo un 1,66% que la calidad de sonido de Radio Paraíso es muy mala.

Este resultado indica que los pobladores del centro poblado Fujimori consideran con respecto a otras emisoras, que la calidad de sonido de Radio Paraíso es regular.

10. ¿Identificas la voz del locutor en las cuñas de la emisora?

Tabla 10. *Distribución de frecuencias y porcentajes sobre la identificación del locutor*

	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Sí	334	92,52
No	27	7,48
Total	361	100,0

Nota: *Datos obtenidos a partir del cuestionario del centro poblado Fujimori que sintonizan Radio Paraíso de la provincia de Huaura.*

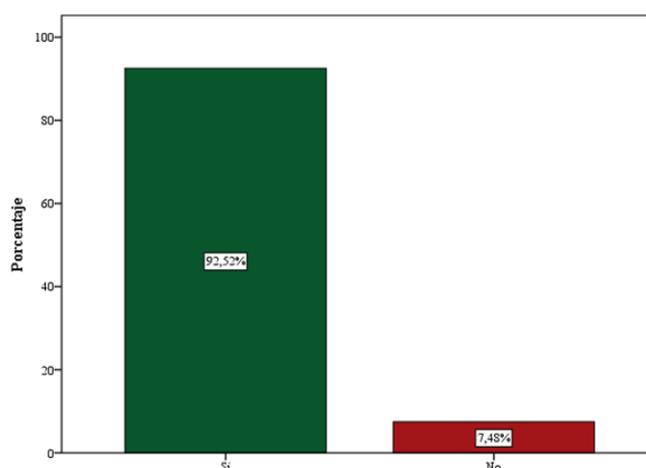


Figura 10. Figure 10. Distribución porcentual sobre la identificación del locutor

Interpretación:

De los resultados logrados se aprecia que el 92,52% de los pobladores identifican la voz del locutor en las cuñas de la emisora, mientras que solo un 7,48% no lo identifica.

Este resultado indica que los pobladores del centro poblado Fujimori identifican la voz del locutor en las cuñas de la emisora.

11. ¿Los horarios de los programas te permiten poder sintonizarlos?

Tabla 11. *Distribución de frecuencias y porcentajes sobre el horario de programación*

	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Sí	354	98,06
No	7	1,94
Total	361	100,0

Nota: *Datos obtenidos a partir del cuestionario del centro poblado Fujimori que sintonizan Radio Paraíso de la provincia de Huaura.*

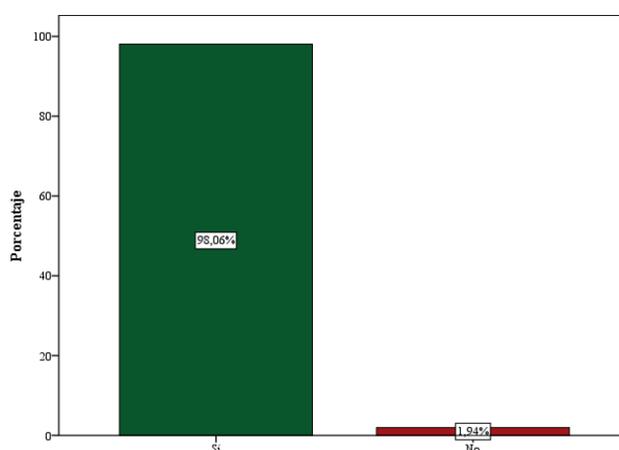


Figura 11. Figure 11. *Distribución porcentual sobre el horario de programación*

Interpretación:

De los resultados logrados se aprecia que el 98,06% de los pobladores mencionan que los horarios de los programas les permiten poder sintonizarlos, mientras que solo un 1,94% que no les permite sintonizarlo.

Este resultado indica que los pobladores del centro poblado Fujimori mencionan que los horarios de los programas les permiten poder sintonizarlos.

12. ¿Cómo calificarías la cobertura de Radio Paraíso?

Tabla 12. *Distribución de frecuencias y porcentajes sobre cobertura de la radio*

	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Muy Bueno	243	67,31
Bueno	42	11,63
Regular	65	18,01
Malo	8	2,22
Muy Malo	3	,83
Total	361	100,0

Nota: Datos obtenidos a partir del cuestionario del centro poblado Fujimori que sintonizan Radio Paraíso de la provincia de Huaura.

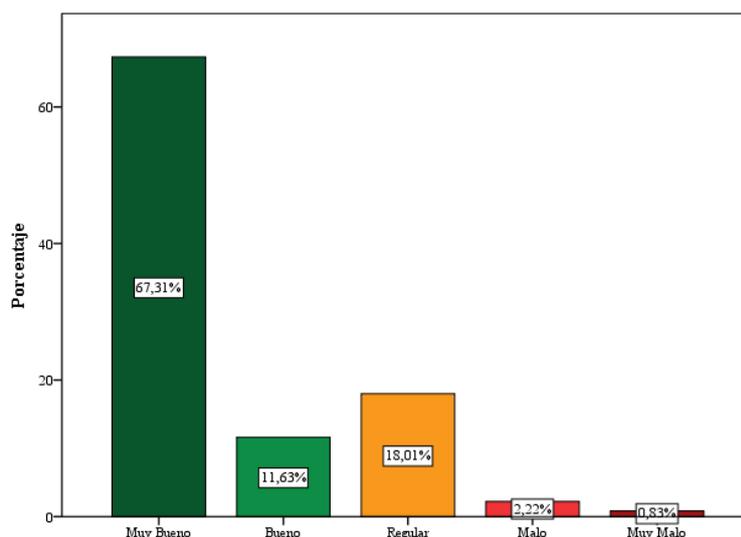


Figura 12. Figure 12. Distribución porcentual sobre cobertura de la radio

Interpretación:

De los resultados logrados se aprecia que el 67,31% de los pobladores califican la cobertura de Radio Paraíso como muy buena, mientras que solo un 0,83% califican la cobertura como muy mala.

Este resultado indica que los pobladores del centro poblado Fujimori califican la cobertura de Radio Paraíso como muy buena.

13. ¿Encuentras baches que identificas como errores técnicos?

Tabla 13. *Distribución de frecuencias y porcentajes sobre la identificación de errores técnicos*

	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Sí	89	24,65
No	272	75,35
Total	361	100,0

Nota: Datos obtenidos a partir del cuestionario del centro poblado Fujimori que sintonizan Radio Paraíso de la provincia de Huaura.

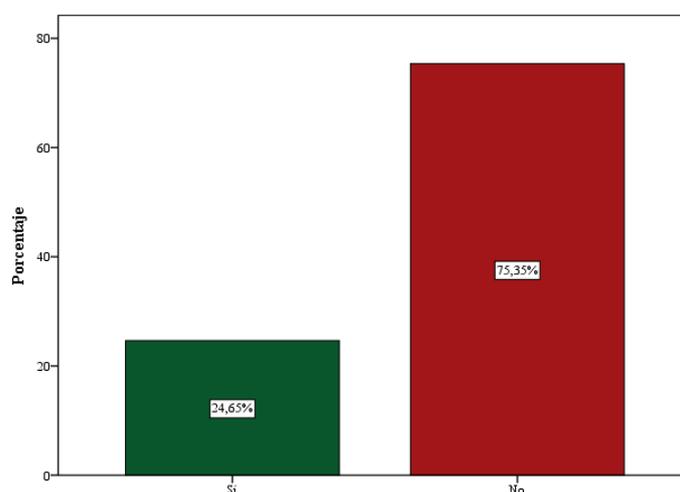


Figura 13. Figure 13. Distribución porcentual sobre la identificación de errores técnicos

Interpretación:

De los resultados logrados se aprecia que el 75,35% de los pobladores no encuentran baches que puedan ser identificados como errores técnicos, mientras que solo un 24,65% encuentran baches que puedan ser identificados como errores técnicos.

Este resultado indica que los pobladores del centro poblado Fujimori no encuentran baches que puedan ser identificados como errores técnicos.

14. Si encontraste algún error ¿estos fueron subsanados rápidamente?

Tabla 14. *Distribución de frecuencias y porcentajes sobre resolución de problemas técnicos*

	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Sí	335	92,77
No	26	7,23
Total	361	100,0

Nota: *Datos obtenidos a partir del cuestionario del centro poblado Fujimori que sintonizan Radio Paraíso de la provincia de Huaura.*

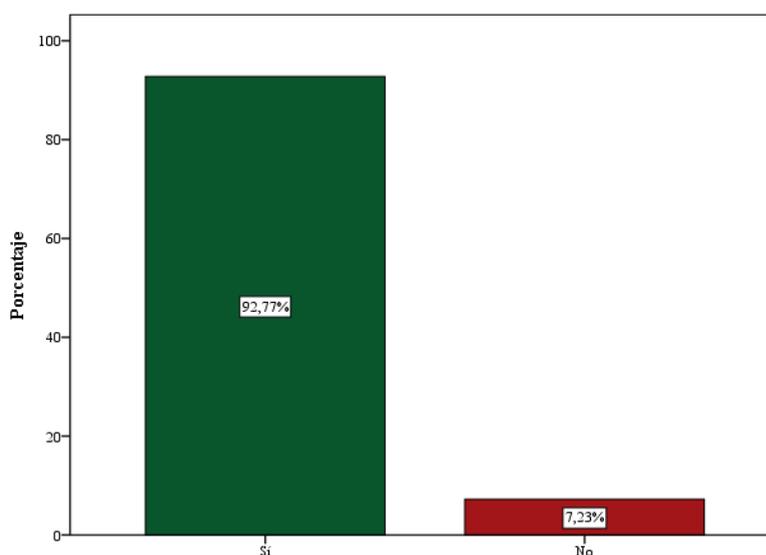


Figura 14. Figure 14. Distribución porcentual sobre resolución de problemas técnicos

Interpretación:

De los resultados logrados se aprecia que el 92,77% de los pobladores afirman que los problemas técnicos fueron subsanados rápidamente, mientras que solo un 7,23% niega que los problemas técnicos fueron subsanados rápidamente.

Este resultado indica que los pobladores del centro poblado Fujimori afirman que los problemas técnicos fueron subsanados rápidamente.

15. ¿Conoces la formación profesional de uno o más integrantes de la emisora?

Tabla 15. *Distribución de frecuencias y porcentajes sobre la formación profesional de los integrantes*

	Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Sí	30	8,31
No	331	91,69
Total	361	100,0

Nota: *Datos obtenidos a partir del cuestionario del centro poblado Fujimori que sintonizan Radio Paraíso de la provincia de Huaura.*

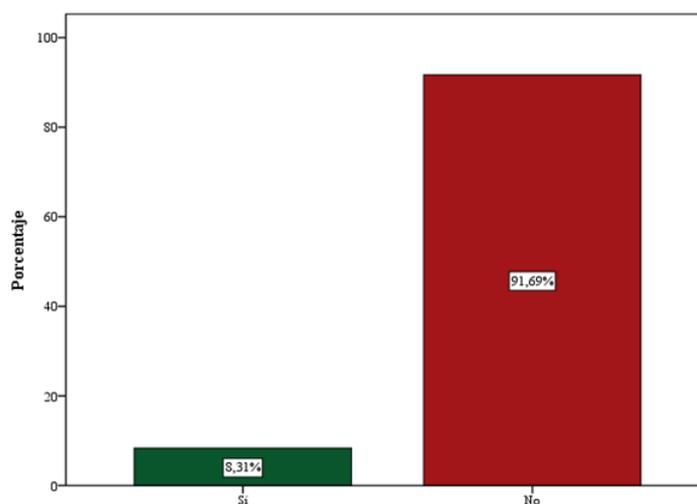


Figura 15. Figure 15. *Distribución porcentual sobre la formación profesional de los integrantes*

Interpretación:

De los resultados logrados se aprecia que el 91,69% de los pobladores niega conocer la formación profesional de uno o más integrantes de la emisora, mientras que solo un 7,23% afirma conocer la formación profesional de uno o más integrantes de la emisora.

Este resultado indica que los pobladores del centro poblado Fujimori niega conocer la formación profesional de uno o más integrantes de la emisora.

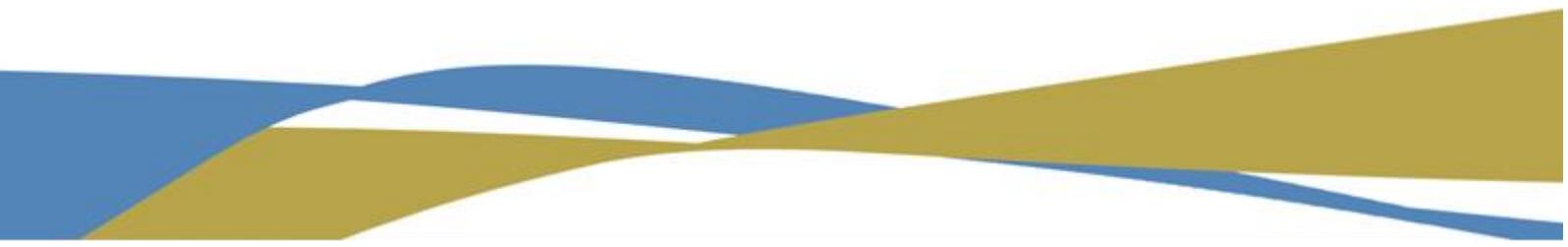
CAPITULO V

DISCUSIÓN

5.1 Discusión y resultados

Podemos identificar que existe una gran aceptación por parte de oyentes del centro poblado Fujimori quienes han reconocido que Radio Paraíso ofrece programas con información que les permite estar al tanto del acontecer local y también la oportunidad de poder opinar sobre diferentes temas coyunturales, como bien lo sostiene (Pincay Castillo, 2011) en su investigación “La programación radiofónica y su influencia en las emisiones noticiosas de Radio Antena 3 de la ciudad La Libertad, periodo 2011 – Ecuador” nos indica que la ciudadanía prefiere a la radio como medio de comunicación por encima de las demás siendo una gran herramienta de información.

Esto toma un valor agregado cuando recordamos a (Nolte Ramírez, 2019) quien indica que gracias a la producción radial se involucra un trabajo de investigación periodística que motiva a una toma de conciencia tanto en la audiencia como en los participantes de la producción, porque implica en una recolección de datos relevantes para poder ser difundidos y explicados. Lo cual traería un enorme potencial si la emisora Radio Paraíso ejecutara mayor número de programas educativos y para la concienciación de diferentes aspectos sociales aprovechando la gran preferencia que posee y siendo un medio que produzca un cambio favorable en los oyentes de este lugar.



CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

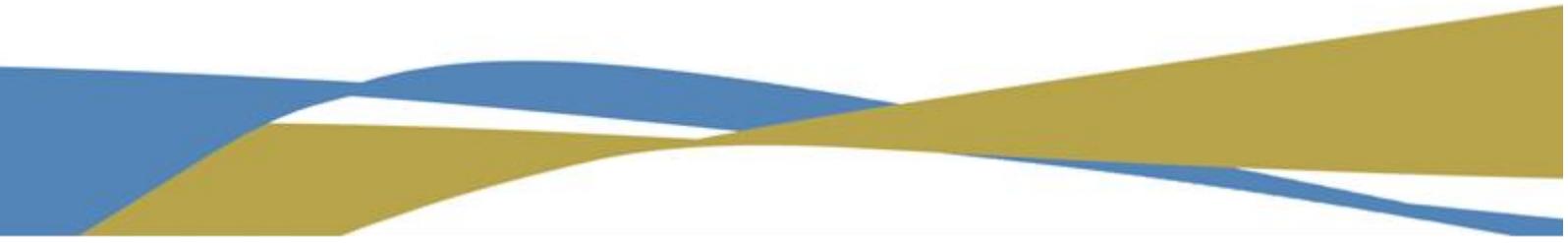
6.1 Conclusiones

El presente proyecto de investigación plantea las siguientes conclusiones:

Por los resultados conseguidos y de acuerdo a los objetivos planeados podemos demostrar que la percepción de los oyentes del centro poblado Fujimori de la provincia de Huaura que escuchan Radio Paraíso es positiva debido un 39.34% considera como buena el tratamiento de la información y otro 88.06% escucha espacios donde los oyentes puedan opinar sobre temas de interés público, siendo una de las emisoras con mayor aceptación en este sector gracias a su contenido informativo que está presente en gran parte de su programación convirtiéndola en un medio referente ante un problema social.

Por los resultados conseguidos de acuerdo a los objetivos planeados podemos demostrar que la percepción de los oyentes del centro poblado Fujimori de la provincia de Huaura que escuchan Radio Paraíso sobre los géneros radiofónicos es positiva en el género informativo junto con el formato musical, siendo los más aceptados debido a que 86.7% considera agradable la música que trasmite la radio y un 77.27% considera entretenido los formatos de tipo Magazine.

Por los resultados conseguidos de acuerdo a los objetivos planeados podemos demostrar que la percepción de los oyentes del centro poblado Fujimori de la provincia de Huaura que escuchan Radio Paraíso sobre los procesos radiofónicos son positivos debido a que consideran con un sí, que se cumple con los tres principios de informar 95.57%, educar 76.45% y entretener 93.35%.



Por los resultados conseguidos de acuerdo a los objetivos planteados podemos demostrar que la percepción de los oyentes del centro poblado Fujimori de la provincia de Huaura que escuchan Radio Paraíso sobre el staff radiofónico es intermedia debido a que califican como muy bueno el desempeño técnico en la cobertura con un 67.31%, errores técnicos que no son encontrados por un 75.35%, sin embargo un 40.17% encuentra que la calidad de sonido es regular., esto puede ser debido a un factor técnico que la empresa debe revisar y que este trabajo de investigación podrá proporcionar con la finalidad de una mejora continua de las percepciones negativas que los oyentes puedan haber identificado. También se encuentra que 91.69% no conoce la formación profesional de los miembros del staff de Radio Paraíso.

6.2 Recomendaciones

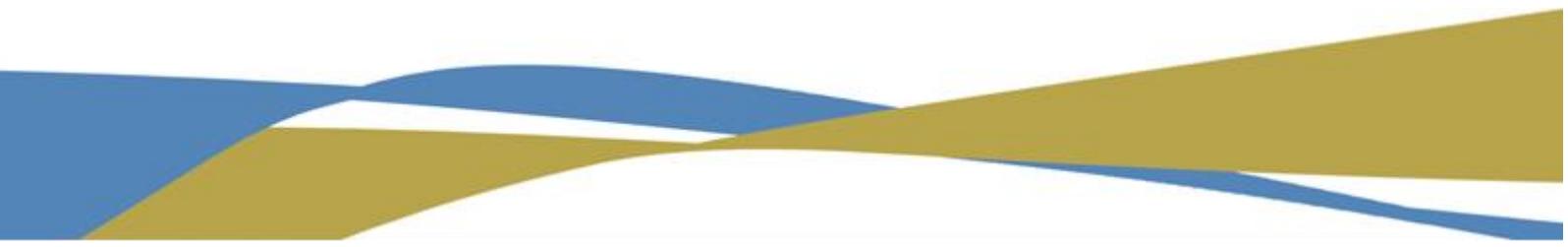
Nuestra investigación plantea las siguientes recomendaciones:

La emisora es una de las más aceptadas por su contenido informativo, pero hay ciertos criterios generales que se deben solucionar para poder aumentar el nivel de aceptación.

- Se debe fortalecer los programas de corte informativo implementando nuevos formatos como encuestas ciudadanas, debates, columnas de opinión e información de gran valor como salud, nutrición y educación. Esto le permitirá mejorar aún más la aceptación que actualmente tiene, pues es considerado por los pobladores como una gran opción para mantenerse informado sobre los acontecimientos y hechos noticiosos de la región.
- Si bien el género informativo goza de mayor aceptación, no se debería descuidar los programas de entretenimiento, según los resultados del cuestionario son los que menor preferencia tienen, debido a que son vistos como poco novedosos o innovadores. Es importante mejorar los espacios de entretenimiento a través de una retroalimentación por redes sociales,

teléfonos, visitas, encuestas y promociones para poder mantener al oyente en horas donde no se emitan noticias.

- Si bien la cobertura es buena, se debe fortalecer la parte técnica del sistema que procesa el audio, como por ejemplo a través de compresores de audio, debido a que aún hay un pequeño déficit con la calidad que los oyentes han identificado, esto es uno de los problemas tal vez más simples de solucionar, pero de vital importancia para mantener a los oyentes.



REFERENCIAS

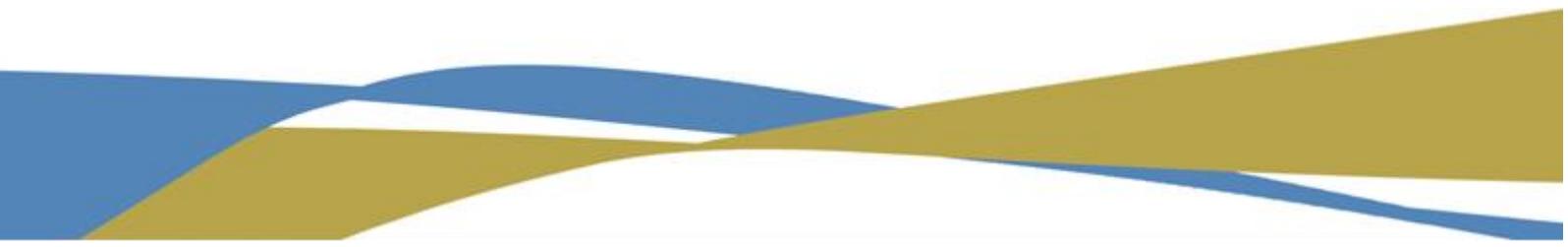
7.1 Fuentes bibliográficas

- Alcudia Borreguero, M. (2008). *Nuevas perspectivas sobre los géneros radiofónicos*. Madrid, España: Editorial Fragua.
- Araya Rivera, C. (2006). *Cómo producir un programa de radio*. San Jose, Costa Rica: Educación.
- Arias, F. (2004). *El proyecto de investigación*. Caracas: PISTEME, C.A.
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación*. Venezuela: PISTEME, C.A.
- Atorresi, A. (2005). *Los géneros radiofónicos: antología*. Buenos Aires, Argentina: Colihue SRL.
- Chavez Tamayo. (2007). *El proceso de la investigación científica Fundamentos de investigación*. Bogota: Ed. Limusa.
- Fernández, P. (2002). *Investigación cuantitativa y cualitativa*. España: Cad Aten Primaria.
- Forero Santos, J. A., & Céspedes Valencia, F. J. (2018). *LA RADIO La recepción, las audiencias, los hábitos de consumo y la producción de contenido*. Manizales, Caldas, Colombia: Grupo Altamira.
- Guarinos, V. (2009). *Generos ficcionales radiofónicos*. Madrid, España: MAD.
- Hausman, C., Messere, F., O' Donnel, L., & Benoit, P. (2011). *Producción moderna de radio*. México: Cengage Learning.
- Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- López Vigil, J. I. (2000). *MANUAL URGENTE PARA RADIALISTAS APASIONADOS*. Quito, Ecuador: Inti Barrientos.
- Restrepo Mesa, M., & Herrera Patiño, G. (2010). *Producción Radiofónica*. Bucaramanga: Ministerio de la Tecnologías de la información y de las comunicaciones.
- Rodero Antón, E. (2005). *Producción radiofónica*. España: Madrid.
- Rondero Anton, E. (2011). *Creacion de programas de radio*. Madrid: Editorial Sintesis.
- Tam Malaga, J., Vera, G., & Oliveros Ramos, R. (2008). *Tipos métodos y estrategias de investigación científica*. Lima - Perú: Universidad Ricardo Palma.
- Terrones Negrete, E. (2014). *Glosario Radifónico*. Lima - Perú: Universidad Jaime Bausate y Meza.

7.2 Fuentes electrónicas

- Aliaga Loyola, L. (2009). *Repositorio Universidad Nacional de Trujillo*. Obtenido de La producción radial y su relación con el proceso socio-económico en crecimiento en la provincia de Virú 2009:
<http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/7753/Tesis%20Maestr%C3%A9%20DaX%20-%20Luis%20Javier%20Aliaga%20Loyola.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Andrango Marcillo, B., & Mónica Graciela, V. (2015). *Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana*. Obtenido de Producción radiofónica para radio mensaje en coproducción con la carrera de Comunicación Social sobre mujeres productoras agroecológicas de Cayambe:
<https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/9806>
- Cyrana. (2008). *Glosario para la creación de Guiones Radiofónicos* . Obtenido de <http://inairadio.blogspot.com/2008/08/glosario-para-la-creacin-de-guiones.html>
- Glosarios. Servido.* (s.f.). Obtenido de alicante: <https://glosarios.servidor-alicante.com/radio>
- Hablemos de Radio.* (s.f.). Obtenido de <http://hablemos-de-radio.blogspot.com/p/diccionario-radiofonico.html>
- Manual de Estilo de rtve.* (s.f.). Obtenido de Glosario de términos utilizados en el lenguaje radiofónico: <http://manualdeestilo.rtve.es/anexos/7-5-glosario-de-terminos-utilizados-en-el-lenguaje-radiofonico/>
- Mendoza Martinez, J. (2017). *Repositorio Academico USMP*. Obtenido de La producción radial en relación a la artística radial de la emisora Onda Cero y la emisora La Inolvidable, año 2017:
<http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/3762>
- Nolte Ramírez, F. (2019). *Repositorio Academico USMP*. Obtenido de Relación entre la producción radial y conciencia social en referencia a la prevención de sismos, durante el programa periodístico “Entre café y café”, producido por el área de radio de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad San Martín de Porres,:
<http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/5102>
- Pincay Castillo, C. (2011). *Repositorio UPSE*. Obtenido de LA PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA Y SU INFLUENCIA EN LAS EMISIONES NOTICIOSAS DE RADIO ANTENA 3 DE LA CIUDAD LA LIBERTAD, PERIODO 201:
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/654/1/TESIS%20PINCAY%20CINTHIA%20ISABEL.pdf>
- RTVE - Radio, T. E. (2016). *Manual de estilo de RTVE* . Obtenido de <http://manualdeestilo.rtve.es/rne/3-1-caracteristicas-del-lenguaje-radiofonico/>

ANEXOS



MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	METODOLOGIA
<p>GENERAL: ¿Cómo es la percepción de la producción radiofónica en el centro poblado Fujimori, que sintonizan Radio Paraíso de la Provincia de Huaura, 2019?</p> <p>ESPECIFICOS: ¿Cómo es la percepción de los géneros radiofónicos en el centro poblado Fujimori, que sintonizan Radio Paraíso de la Provincia de Huaura, 2019?</p> <p>¿Cómo es la percepción del proceso radiofónico en el centro poblado Fujimori, que sintonizan Radio Paraíso de la Provincia de Huaura, 2019?</p> <p>¿Cómo es la percepción del staff radiofónico en el centro poblado Fujimori, que sintonizan Radio Paraíso de la Provincia de Huaura, 2019?</p>	<p>GENERAL: Describir la percepción de la producción radiofónica en el centro poblado Fujimori, que sintonizan Radio Paraíso de la Provincia de Huaura, 2019.</p> <p>ESPECIFICOS: Describir la percepción de los géneros radiofónicos en el centro poblado Fujimori, que sintonizan Radio Paraíso de la Provincia de Huaura, 2019.</p> <p>Describir la percepción del proceso radiofónico en el centro poblado Fujimori, que sintonizan Radio Paraíso de la Provincia de Huaura, 2019.</p> <p>Describir la percepción del staff radiofónico en el centro poblado Fujimori, que sintonizan Radio Paraíso de la Provincia de Huaura, 2019.</p>	<p>La siguiente investigación es de nivel descriptivo y de enfoque cuantitativo con una sola variable, por consiguiente, no requiere de la hipótesis.</p>	<p>POBLACIÓN: La población de esta investigación es desconocida, si bien se reconoce el número aproximado de pobladores del Centro Poblado Fujimori por referencias de los dirigentes cuyo valor es 6000 habitantes, no se sabe fielmente cuántos de ellos escuchan Radio Paraíso.</p> <p>MUESTRA: El tamaño de la muestra es de 361 pobladores</p> <p>TIPO: La presente es una investigación de tipo básica.</p> <p>ENFOQUE: La presente investigación es de carácter cuantitativo.</p> <p>NIVEL: La presente Investigación es de nivel descriptivo.</p> <p>DISEÑO: El diseño de investigación que utilizaremos es no experimental.</p> <p>INSTRUMENTO: Cuestionario de 15 ítems.</p>



UNIVERSIDAD NACIONAL “JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN”
LA PERCEPCIÓN DE LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA EN EL CENTRO POBLADO
FUJIMORI, QUE SINTONIZAN RADIO PARAÍSO DE LA PROVINCIA DE HUAURA



ESTIMADOS COLABORADORES:

- La actual encuesta posee como objetivo compilar investigación sobre la percepción de la producción radiofónica en el centro poblado Fujimori, que sintonizan Radio Paraíso de la provincia de Huaura - 2019

RECOMENDACIÓN:

- Lea detenidamente cada uno de las preguntas y marque con una equis (X):

1. ¿Cómo consideras el tratamiento de la información en el noticiero de Radio Paraíso?

- a) Muy Bueno
- b) Bueno
- c) Regular
- d) Malo
- e) Muy Malo

2. ¿Escuchas espacios donde los oyentes puedan opinar sobre temas de interés público en radio Paraíso?

- a) Sí
- b) No

3. ¿Te parece agradable la música que transmite Radio Paraíso?

- a) Sí
- b) No

4. ¿Crees que los programas de tipo Magazine de Radio Paraíso ofrecen contenido entretenido?

- a) Sí
- b) No

5. ¿Crees que la emisora cumple con el principio de informar?

- a) Sí
- b) No

6. ¿Crees que la emisora cumple con el principio de educar?

- a) Sí
- b) No

7. ¿Crees que la emisora cumple con el principio de entretener?

- a) Sí
- b) No

8. ¿Consideras que los programas de radio Paraíso son innovadores?

- a) Sí
- b) No

9. Con respecto a otras emisoras ¿cómo calificarías la calidad de sonido de Radio Paraíso?

- a) Muy Bueno
- b) Bueno
- c) Regular
- d) Malo
- e) Muy Malo

10. ¿Identificas la voz del locutor en las cuñas de la emisora?

- a) Sí
- b) No

11. ¿Los horarios de los programas te permiten poder sintonizarlos?

- a) Sí
- b) No

12. ¿Cómo calificarías la cobertura de radio paraíso?

- a) Muy Bueno
- b) Bueno
- c) Regular
- d) Malo
- e) Muy Malo

13. ¿Encuentras baches que identificas como errores técnicos?

- a) Sí
- b) No

14. Si encontraste algún error ¿estos fueron subsanados rápidamente?

- a) Sí
- b) No

15. ¿Conoces la formación profesional de uno o más integrantes de la emisora?

- a) Sí
- b) No



