

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**



TESIS

**Uso de las redes sociales y contenidos de los programas de las
emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020 –
2021**

Para optar el título profesional de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Autoras: Bach. Jennifer Maritza BRAVO GUTIERREZ

Bach. Lilia Del Pilar CALLO BENAVENTE

Asesor: Mg. Juan Carlos YANGALI VARGAS

Cerro de Pasco - Perú - 2022

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**



TESIS

**Uso de las redes sociales y contenidos de los programas de las
emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020 –
2021**

Sustentada y aprobada ante los miembros del Jurado:

Dr. José Néstor SÁNCHEZ MORALES

PRESIDENTE

Mg. Raúl Máximo RAMOS GUTARRA

MIEMBRO

Dr. Abel ROMUALDO ROSARIO

MIEMBRO

DEDICATORIA

A mi tía Dora, mis padres por ser mi
modelo para seguir y motivación para cumplir
cada una de mis metas,
por inculcarme perseverancia en cada acción a realizar
y por el apoyo y amor
Que me brindan día a día.

Lilia Del Pilar

A mi papá Roberto por el empuje a terminar
mi carrera profesional, por brindarme amor
mientras estuvo en este mundo terrenal; a mi madre
Por ser un roble y brindarme sabias enseñanzas y
a mi familia por ser mi motivación.

Jennifer Maritza

RECONOCIMIENTO:

Reconocemos la ardua labor realizada por nuestros maestros durante nuestra formación profesional, por motivarnos y pulir nuestras habilidades y destrezas en esta hermosa carrera.

Jennifer Maritza y Lilia del Pilar.

RESUMEN

En la actualidad las redes sociales y la radio se complementan, siendo canales por donde los programas radiales logran conectar de forma directa con su audiencia, haciendo que se convierta en una herramienta esencial e influyendo considerablemente en el desarrollo de programas, haciendo que el público se mantenga activo y en constante comunicación.

La investigación es cuantitativa, tipo básica, nivel descriptivo y diseño correlacional, se realizó para conocer la relación de las redes sociales (WhatsApp, Facebook e Instagram), con los contenidos de los programas de las emisoras radio del distrito de Villa Rica. Como instrumento de recolección de datos se utilizó el cuestionario, donde la población fue 30 programas radiales locales; concluyendo la existencia de relación entre ambas variables.

Palabras claves: Redes sociales, Facebook, Instagram, y WhatsApp.

ABSTRACT

Nowadays, social networks and radio complement each other, being channels through which radio programs manage to connect directly with their audience, making it become an essential tool and considerably influencing the development of programs, keeping the audience active and in constant communication.

The research is quantitative, basic type, descriptive level and correlational design, it was conducted to know the relationship of social networks (WhatsApp, Facebook and Instagram), with the contents of the programs of the radio stations of the district of Villa Rica. A questionnaire was used as a data collection instrument, where the population was 30 local radio programs; concluding the existence of a relationship between both variables.

Keywords: Social networks, Facebook, Instagram, and WhatsApp

INTRODUCCIÓN

Este proyecto se enfocó en identificar y describir la correlación entre el uso de las redes sociales con el contenido de programas de las emisoras radiales del distrito de Villa Rica, ya que sin duda son de suma importancia la interrelación de estas dos variables, especialmente debido al contexto en la cual nos encontramos desde aparición de la COVID 19.

Pese a las diversas formas de interactividad que las redes sociales brindan a la radiodifusión, a veces el uso de herramientas resulta vago o el usuario no lo emplea de manera correcta, nos encaminaremos en como las redes sociales son útiles y muy eficientes para el crecimiento del contenido de un programa radial. Las redes sociales (WhatsApp, Facebook e Instagram) que sin duda son instrumentos de fácil acceso que permiten interactuar, mantener el feedback con los oyentes logrando una comunicación rápida.

En el distrito de Villa Rica las emisoras que mayor predominan son: Radio Montaña, Radio Karimar, Radio Americana y Radio Miraflores, estas se han visto más involucradas con el uso de las redes debido a la pandemia, ya que el contenido de sus programas para mejorar su audiencia y poder ser realizadas tuvieron que ser transmitidas por las redes sociales (transmisiones en vivo, notas de prensa, notas informativas, etc.).

Los radiodifusores aprendieron cosas básicas acerca del manejo de las redes para poder usarlo e incrementar su audiencia, hay personas que todavía no conocen muchos de estas plataformas pero que están en el camino de aprender.

El contenido de programas radiales que las emisoras del distrito de Villa Rica vienen siendo emitidas por las redes en la actualidad tienen mayor actividad en Facebook, debido a que es una aplicación muy dinámica de manejar y de bajo costo siendo una ventaja para el crecimiento de

audiencia por programas , el Instagram es sin duda una plataforma virtual de alcance publicitario, de notas informativas visualizadas en infografías , imágenes informativas y videos cortos, el WhatsApp se usa para intercambiar información, siendo estas redes el complemento para lograr audiencia y seguidores, de la misma manera la relación que hay entre los programas radiales de las radios de Villa Rica.

INDICE

DEDICATORIA

RECONOCIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

CAPITULO I

1.	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1.	Identificación y determinación del problema.....	1
1.2	Delimitación de la investigación.....	2
1.3	Formulación del problema.	3
1.3.1	Problema principal.....	3
1.3.2	Problemas específicos.....	3
1.4.	Formulación de objetivos.....	4
1.4.1	Objetivo general.....	4
1.4.2	Objetivos específicos.	4
1.5	Justificación de la investigación.	5
1.6	Limitaciones de la investigación.....	5

CAPITULO II

2.	MARCO TEÓRICO	7
2.1	Antecedentes de estudio.....	7
2.2	Bases teóricas – científicas.	11
2.3	Definición de términos básicos.....	16

2.4	Formulación de hipótesis.	21
2.4.1	Hipótesis general.	21
2.4.2	Hipótesis específicas.	21
2.5	Identificación de variables.	22
2.6	Definición operacional de variables e indicadores.	22
 CAPITULO III		
3.	METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.	24
3.1	Tipo de investigación.	24
3.2.	Métodos de investigación.	24
3.3	Diseño de investigación.	25
3.4	Población y muestra.	26
3.5	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	26
3.6	Técnicas para el procesamiento y análisis de datos.	27
3.7	Tratamiento estadístico.	27
3.8	Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de.	27
3.9	Orientación ética.	29
 CAPITULO IV		
4.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	30
4.1	Descripción del trabajo de campo.	30
4.2	Presentación, análisis e interpretación de resultados.	30
4.3	Prueba de hipótesis.	37
4.4	Discusión de resultados.	52

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

- Cuestionario 1
- Cuestionario 2
- Parrilla de programación
- Base de datos del cuestionario aplicado
- Resultado del cuestionario aplicado en Google
- Aplicación de formulario Google
- Matriz de consistencia

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Identificación y determinación del problema.

Los seres humanos anteriormente solo recordaban su dirección, número telefónico y del DNI. En la actualidad es necesario conocer nuestras distintas claves para los celulares, computadoras, Tablets etc., y claves del Facebook, Instagram, WhatsApp, correos electrónicos tarjetas de crédito y todas las contraseñas que nos ofrecen las plataformas digitales.

Las emisoras en la actualidad se difunden por Internet en la que: podemos oír y ver al mismo tiempo, logrando el receptor intervenir y participar a través del chat, considerándolo en una ciber emisora con una global audiencia en todo el mundo

Para que funcione una radio por internet, desde el eje tecnológico, es sustancial saber el escenario donde se circunscribe y los alcances de la audiencia que se

lograría en torno a sus contenidos de su programación. Concluimos que la radio por internet es un medio de comunicación muy eficaz que logra gran alcance del público.

Las emisoras tradicionales de los años 80 y 90 han sufrido cambios sustanciales con respecto al año 2020 donde elegimos que escuchar por el internet. El podcast en la actualidad es comúnmente utilizando y permite escuchar en línea contenido grabado.

En Villa Rica se cuenta con cuatro radios locales: Karimar 91.1 FM, Americana 98.3 FM, Miraflores 99.1 FM y Montaña 89.1 FM. Es un gran reto situar su marca en la RR. SS, al competir con las emisoras nacionales las mismas que cuentan con plataformas pagadas y financiadas por grandes corporaciones. Las radios locales transmiten su programación a través del Facebook de manera gratuita.

En este contexto, los radioyentes de Villa Rica nos son ajenos al escuchar el contenido de la programación de las diferentes emisoras a nivel nacional y local por medio de redes sociales, siendo de vital importancia conocer la dinámica de cada emisora local realiza para aproximarse a sus oyentes en redes sociales. En la presente investigación se demostró el uso de la RR.SS. (Facebook, Instagram y WhatsApp) por las radios locales.

1.2 Delimitación de la investigación.

Delimitación espacial: Distrito de Villa Rica – Región Pasco.

Delimitación temporal: De noviembre del 2020 a marzo del 2021

Delimitación social: locutores de Villa Rica

Delimitación conceptual: Se analizó el contenido de la parrilla de programación de las emisoras, que fue la variable para realizar la investigación. Por lo que se enmarca en el uso de las redes sociales más usadas por las radios locales del distrito de Villa Rica como son: Facebook, Instagram, WhatsApp. No se abordaron otras redes como Twitter, YouTube, Tumblr, LinkedIn, según los datos presentados en la tabla 01.

1.3 Formulación del problema.

El problema se formuló del siguiente modo:

1.3.1 Problema principal.

¿Cuál es la relación entre el uso de las redes sociales con los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica- región Pasco, 2020-2021?

1.3.2 Problemas específicos.

- Cuál es la relación entre el uso del Facebook con los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica, región Pasco, 2020-2021?
- ¿Cuál es la relación entre el uso de Instagram con los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica – región Pasco, 2020-2021?

- ¿Cuál es la relación entre el uso de WhatsApp con los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica – región Pasco, 2020-2021?

1.4. Formulación de objetivos.

1.4.1 Objetivo general.

Establecer la relación entre el uso de las redes sociales y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica – región Pasco, 2020-2021.

1.4.2 Objetivos específicos.

- Establecer la relación entre el uso de Facebook y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica – región Pasco, 2020-2021.
- Establecer la relación entre el uso de Instagram y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica – región Pasco, 2020-2021.
- Establecer la relación entre el uso de WhatsApp y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica – región Pasco, 2020-2021.

1.5 Justificación de la investigación.

El trabajo de investigación prueba el uso que las radios realizan de las redes sociales (Facebook, Instagram y WhatsApp) y la relación existente con los contenidos en la programación de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica.

Uno de los factores más importantes de las emisoras radiales como: Karimar 91.1 FM, Americana 98.3 FM, Miraflores 99.1 FM y Montaña 89.1 FM en una sociedad como Villa Rica, es que la población mayoritariamente escucha radio. Más aún si comparamos este acceso en relación con la televisión u otros medios, como los impresos que no existen en el distrito. Asimismo, el costo de producción de un programa radial es barato, lo que permite el empleo de diversos elementos creativos con voces, música y anunciadores en los comerciales.

De otro lado nuestra investigación se justifica por estas otras razones:

- La investigación permitirá guiar a los comunicadores de Selva Central, sobre la importancia de utilizar redes sociales en sus programas.
- Servirá para fines de investigación por alumnos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación – Filial La Merced.

1.6 Limitaciones de la investigación.

Concerniente a la tesis se tuvo limitaciones en la búsqueda de bibliografía local, al no contarse en el distrito de Villa Rica con bibliotecas especializadas en investigaciones relacionadas a las ciencias sociales.

Desde el año 2014, la sección de Ciencias de la Comunicación funciona en la UNDAC Filial La Merced, donde se cuenta con algunos libros de la

especialidad ubicados en la biblioteca correspondiente a las escuelas profesionales de Agronomía e Industrias alimentarias de la mencionada filial. Asimismo, a la fecha, no existen trabajos de investigación de la carrera, puesto que son pocos bachilleres que se encuentran en proceso de desarrollo de la tesis, por otro lado, se aprovechó la información en páginas como: Scielo, Redalyc, Google Académico, entre otros.

A nivel de las dimensiones operacionales, los límites de nuestra investigación se restringen a las redes que emplean a la fecha los programas radiales, esto es Facebook, Instagram y WhatsApp.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de estudio.

- a. **Alberto Pavón (2015)**, respecto a los datos obtenidos en el estudio, se conoció que los alumnos utilizan como principal dispositivo para que puedan ingresar al internet para sus clases es el celular, después, los estudiantes se identifican con el computador y finalmente acceden a las redes sociales a través de tabletas y otros dispositivos electrónicos.

Respecto al número de estudiantes que acceden a las plataformas digitales se constató que todos tienen 3 cuentas en las RR.SS. solo un reducido fragmento tiene uno a dos cuentas.

Los estudiantes utilizan sus redes sociales para chatear con familiares, amistades, conocidos, en tanto los demás jóvenes utilizan con la finalidad de subir fotografías y otros alumnos para jugar juegos en línea.

- b. **Ana Bravo (2019)** en la tesis elaborada concluye que:

- No guardan relación las prácticas sociales con el nivel de las habilidades blandas de las personas.
- Ningún estudiante encuestado muestra adicción a las RR.SS.
- Las prácticas sociales cooperan con formar la personalidad de los jóvenes de secundaria de la ciudad de Trujillo.

c. **Lorena Flores (2017)**, en su tesis concluye:

Se precisa que lo mencionado en las redes sociales comunes generan gran impacto con un nivel de correlación positiva alta que logra un nivel de 0.852 respondiendo a un nivel de correlación alto respecto al aprendizaje de los estudiantes, cumpliéndose la conjetura.

En la actualidad las redes son esencial en el diario vivir de jóvenes y alumnos, puesto que permite conocer gente, intercambiar información, etc., cumpliéndose la hipótesis trazada en la investigación que alcanza una correlación positiva alta a una elevación de 0.854.

d. **Esperanza Bocardo (2018)** en su trabajo de investigación concluyó:

- Las redes sociales es primordial para comunicadores sociales, constituyendo su frecuencia de uso de 3 a 4 horas diarias por parte de estos profesionales quienes trabajan en los medios escritos de la metrópoli de Arequipa.
- Los comunicadores sociales de la ciudad de Arequipa, que trabajan en las salas de redacción de los periódicos físicos utilizan: FB, WSP, YT Y TW.
- La recolección de datos para redacciones periodísticas de los comunicadores sociales que laboran en las salas de prensa de los medios impresos de la metrópoli de Arequipa, sí se logran a través de las redes sociales. No obstante, según los profesionales encuestados, se tiene que confirmar la autenticidad de la

información divulgada, sin embargo, las RR.SS. se han convertido en instrumento importante para periodistas, se tiene que respaldar en los principios del periodismo, asimismo, sus métodos tradicionales para recopilar la información.

- e. **Inca y Laura, (2018)** proponen en su tesis, las siguientes conclusiones:

Para las empresas del servicio de transporte indica: ETTAZASAC y TRANSALFA hay relación significativa entre la preferencia y el posicionamiento respecto a la sintonía de los programas radiales informativos.

Para ETTAZASAC y TRANSALFA empresas de transporte señalan que encuentran directa relación y significativa moderada entre la preferencia y la ubicación en los índices de sintonía de los programas informativos matutinos en los receptores radiales de las empresas referidas.

- f. **León, (2015)**, en la tesis concluyó:

Respecto al objetivo específico, enfocado a apremiar los segmentos de oyentes de emisoras online planteado en el capítulo cuatro, se concluye que, en TW, ocupa la emisora en línea en el puesto de las radios web en Caracas es el número 23, en contraste que hay en 22 emisoras que se sitúan por encima, de un total de 42 ciber radios. En ranking presentado por Facebook.com de 5 emisoras web, la emisora en línea está en el lugar número 3.

Según los datos obtenidos por: Anality.com y Facebook en el periodo 2015, se demostró que la edad no interfiere con lo establecido en su perfil original, ya que corrobora el público objetivo de seguidores tiene una edad veinticinco a cincuenta y cuatro años.

También, resalta la información precisada en la parrilla de los programas de la emisora, poniendo los oyentes más énfasis a otros ámbitos contrarios a la tecnología y la ciencia, dando mayor énfasis a temas de las informaciones y noticias de actualidad como a argumentos de carácter político y de entretenimiento que se difunden a través de las Redes.

Respecto al objetivo específico número dos, que se enfocó a la intención de verificar y precisar un estudio exhaustivo del lugar actual de posicionamiento que ocupan las emisoras en línea con los oyentes de las RR. SS, donde se desarrolló en el capítulo cuatro y se empleó un cuestionario en línea a los usuarios de TW y FB.

g. **Barbara Gómez, (2014)**, en su tesis concluye:

Concerniente a la radio como medio masivo de comunicación, las interrogantes planteadas en la investigación demostraron que las estrategias aumentaron el ISO de los productos y servicios logrando acomodarse a los cambios y adecuándose a las necesidades de su público objetivo.

Concerniente a los oyentes jóvenes respecto a la imagen que proyecta la emisora Caibarién se encuentra fragmentada, constituyendo un centro de entretenimiento formación y creación. Y no es lo que la universidad desea proyectar en una emisora el cual debería promocionar la cultura y la ética de los valores de la rebelión cubana logrando popularizar, informar, educar y orientar a su gran masa de oyentes.

h. **Chinchilla, (2012)**, en su tesis concluye:

- El medio de comunicación Piloto de ECA carece de un profesional idóneo en el área de Relaciones Públicas, lugar que lo ocupa un hombre orquesta

que se encarga de operar los equipos, cubrir eventos, diseñar productos audiovisuales y de la imagen institucional; no obstante, a esta situación, se logró diversas acciones referidas a fortalecer la imagen de la radio, pero no se logró posicionar la radio de prueba.

- Se aplicó una encuesta para la investigación donde muestra un desinterés de los encuestados y un desconocimiento de la programación y del trabajo que realizan en esta emisora piloto, notándose la debilidad de promoción en sus medios de comunicación. De modo que, es indispensable una campaña publicitaria con la incorporación de boletines informativos, spots radiales, banners, trípticos para su posicionamiento.

2.2 Bases teóricas – científicas.

IPSOS menciona que hay once millones de peruanos que tienen una cuenta distribuidos en un 26 % en Instagram, 57 % en WhatsApp y el 99% lo tiene Facebook. La investigación reporta que los usuarios en su mayoría ingresan a las RR. SS y lo que les interesa a las personas de los operadores móviles son: Wsp y el Fb (Ipsos, 2017).

Importantes señalan las predisposiciones digitales de las Web que en el año 2016 en nuestro país respecto a las redes sociales constituía: Instagram, el país de Perú consigna 10 puntos menos que el promedio de Latinoamérica, esto se verá fortalecido los años futuros.

Facebook, con dos billones de consumidores activos en el planeta, se establece en la más importante, con quince años de creación. Mark Zuckerberg, puntualiza a Facebook como la plataforma futura.

En el Facebook los amigos, familiares, vecinos, primos, primas, sobrinos, parejas, allegados y personas desaparecidas se pueden encontrar en esta Red Social. Además, estas personas pueden anunciar, promocionar sus productos y servicios, realizar búsquedas, compartir contenidos como fotografías música y videos, relacionarse con grupos de interés común, recibir y enviar mensajes.

En todo el planeta el Facebook se le considera la primera red que influye en política, deporte, sociales, amenidades, cultura etc. en la opinión pública de los usuarios.

Las plataformas We are Social y Hoorsuite en el año 2018, proporcionaron las noticias que los usuarios de Facebook se incrementaron en 22 millones, 10% más en relación con el periodo 2017.

En este estudio también se precisó que el 91% de los cibernautas se conecta por medio de un smartphone, constituyendo los hombres en un 55% y mujeres en 45%.

Instagram, surge por los años del 2010. Esta Red Social enfocada a la fotografía a través del Instagram, siendo su propósito muy ligero a los inicios; un lugar web donde los beneficiarios apliquen filtros a sus fotografías y poder compartirlo al mundo. En la actualidad Instagram se constituye en la más envidiable red del mundo, con muchas cuentas que tienen los seres humanos alrededor de diferentes temas empresariales y personales que prefieren más

personas. Así mismo, marcas reconocidas de diferentes productos y servicios en el planeta están ofreciendo bajo esta plataforma.

En nuestro país Instagram tiene 4.2 millones de usuarios activos por mes, es decir 13% del total de personas en nuestro Perú. Inverso a los resultados de Facebook y en Instagram se muestra que hay más usuarias damas (53%) en tanto los hombres un 47% del total.

Importante conocer que la emisora Reginald Autrey Fressenden, logró que un barco a 160 km de la costa de los EE. UU recibiera su voz, por el canal de las ondas electromagnéticas descubiertas por el alemán Heinrich Hertz.

Las primeras emisoras radiales aparecen en el año 1920, siendo utilizado por los gobiernos debido a que constituían como medios masivos de propagación de sus ideas, en el año 1921 se producen los primeros programas deportivos, y en el año 1922 se pone énfasis en las primeras propagandas y publicidades que a la fecha conocemos.

Las emisoras comerciales en el mundo y el Perú tienen la finalidad de informar, educar y entretener; su principal recurso financiero es la Publicidad.

En 1926, aparece la National Broadcasting Company (NBC), con 25 emisoras y en 1927 la Columbia Broadcasting System (CBS), con 16 estaciones afiliadas. Comenzando con su posicionamiento en el planeta.

En la segunda Guerra Mundial las emisoras constituyen un medio eficaz para la lucha contra los enemigos; con sus rápidas transmisiones de noticias al momento que ocurrían los bombardeos a las ciudades utilizando como vehículos

informativos para la destrucción de carreteras, los primeros telégrafos y las vías férreas

En la segunda Guerra mundial los medios de comunicación masiva de entonces constituye la radio el medio principal a través de las unidades receptoras y la masificación del medio, constituyendo en peligrosos medios masivos de propagación de ideas.

La televisión nace en 1923 pensando que los radios medios populares desaparecerán y no fue así. Por lo contrario, dio pie a la atroz competencia por publicidad, iniciando los primeros estudios de mercado en temas de deseos, necesidades y expectativas de los radioyentes.

Por consiguiente, se realizan trabajos profesionales en las etapas de producción, realización y edición constituyendo en la planificación, creación de guiones y parrillas de programación para las emisoras y canales de televisión

La promoción que se da a través de los medios de comunicación y las emisoras radiales están basadas en campañas publicitarias con la finalidad que el mercado conozca la existencia del producto, servicio y marca. La P de “promoción” está conformado por cuatro herramientas principales: publicidad, relaciones públicas, promoción de ventas y ventas personales” (Kotler, 1993, p. 645).

Bases científicas

Redes sociales: Pueden ser sistemas abiertos o cerrados y se caracteriza por el intercambio de información, la prontitud de intercambio y las relaciones entre los seres humanos es la base fundamental. El posicionamiento de las RR.SS. más populares de los últimos 15 años: Facebook, YouTube, Twitter, Yahoo

Respuestas, Hi5 MySpace, Menéame, Metroflog, Badoo y la red social Google Plus.

Facebook preliminarmente nombrado “the Facebook”, se estableció en una adaptación en línea de los "facebook" en las casas superiores de estudio de EE. UU. Los "facebook" son gacetas que se ofrecían en las primeras casas superiores de estudio y el inicio de las clases. estos materiales traían consigo nombres y fotografías de todos los alumnos cuyo fin fue ayudar a los jóvenes se conozcan recíprocamente.

FB posicionó esta idea a la Internet, primero para los alumnos de EE. UU. ofreciendo la posibilidad a cualquier persona que tiene una cuenta de correo electrónico. El proyecto Facebook nació en medio de estudiantes de la universidad de Harvard logrando interconectar a jóvenes que tenían la posibilidad de agregar a sus amigos de clases, quienes compartirían mensajes subliminales y fotografías disponiéndoles un Wall o popularmente llamado muro.

Así los compañeros amigos y familiares escriben mensajes u obsequios para que los viera, más adelante se convirtió en el Supermuro donde a través del formato Flash se incrustara animaciones.

Facebook a mediados del mes de julio del 2007, promocionó su primer logro Parakey, Inc. de Blake Ross y de Joe Hewitt. La prestigiosa revista Newsweek le dedica su portada a todo color además de una integración con YouTube. Facebook en el año 2017 remató un porcentaje de acciones el 1,6%, a Microsoft por medio de una transacción de \$240 millones, con el objetivo de que FB se convirtiera en un modelo de negocio para diferentes marcas que permitan a las empresas comerciales ofrecer bienes y servicios. Esta compra posicionó a

Facebook en \$15 mil millones, convirtiendo a Microsoft en una máquina financiera de inversiones, asimismo gracias a esto estratégicamente en un avance para el internet que hoy nos acompaña. En el año 2008 Facebook sólo estaba apto en el idioma inglés posteriormente en diversos idiomas.

Actualmente las emisoras por medio de su programación ofrecen información en vivo y en directo, variado temas musicales y entretenimiento durante casi todo el día. De esta forma las emisoras se convierten en un medio masivo de irreversible trascendencia futurística.

En el 2020 las cadenas radiales difunden en sus programas música, charlas radiofónicas, noticias, cultura, temas deportivos y policiales por medio del Internet. Poniendo énfasis que hace 40 años existe la radio digital, incorporándose la tecnología digital terrestre para la transmisión de ondas sonoras en estaciones de radio convencional. Considerando llamar a estas emisoras como: Net Radio, Web Radio, Radio por Internet o Radio en Línea. Radio por Internet: Se observa el movimiento que hay de la radio hacia Internet para añadirle chats, foros y correos electrónicos, cuando Internet concentra en su protocolo voces informativas, musicalización y otros documentos sonoros.

2.3 Definición de términos básicos.

- **La World Wide Web** (www) abarca imágenes estáticas y en movimiento, textos, audiovisuales, esquemas y otras formas. Con el fin de ingresar a la variada información que brindan las páginas web, se necesita de un software es que permite representar de manera visible la información que se consigue de Internet.

- **La Web** conforma el medio global que rodea la tierra, sirviendo de soporte al comercio electrónico a través del delivery en épocas de pandemia como las que se vive en la actualidad.
- **Respecto a la Web 1.0.** Se orienta en una sola dirección en consecuencia lo inventa la industria, se le nombró al momento que Internet era más estática y utilizada por individuos con saberes técnicos.
- **Respecto a la Web 2.0** se orienta en varias direcciones porque la persona tiene la facultad de crear contenido y se le nombró así al momento que Internet brindó servicios y tecnologías.
- **La ubicación del e mail,** es parecido al correo postal que accedía enviar cartas u otra información a otros lugares.
- **Correo Electrónico:** compone un determinado número de letras que determinan a personas para que puedan enviar y recibir correos como ejemplo: compu@servicio.com, que se lee “compu arroba servicio punto com”. El carácter @ (arroba) se encuentra en la dirección de correos, y la secciona en dos partes: el nombre de usuario siempre a lado izquierdo de la arroba; en este ejemplo compu, y el dominio en el que se ubica siempre a lado derecho de la arroba; en el mencionado ejemplo servicio.com.
- **Buscadores: Bing, Yahoo! y Ask** son buscadores web o páginas que incluyen millones de resultados con rapidez. Actualmente Google es el más visitado.

- **Navegadores:** Constituyen aquellos programas elaborados para explicar la información que tienen las páginas web. Como por ejemplo Internet Explorer popularizándose en poco tiempo asimismo navegadores tales como: Opera, Safari Firefox y Chrome.
- **Dominio:** Es el nombre que se le conoce a la página web
- **Hosting:** es un servicio de alojamiento de contenidos en línea.
- **Redes Sociales:** son plataformas digitales de interacción, comunicación, socialización humana.
- **Facebook:** Es una Plataforma digital en la cual los seres humanos podemos comunicarnos en un ambiente virtual donde te permite agregar amigos, compartir intereses, contenidos, conocer gente a nivel mundial y más.
- **Muro:** (Wall) dentro de una plataforma de red social es un espacio de almacenamiento compartido en el cual se almacenan imágenes, textos, videos ya sea el mismo propietario o por sus amistades donde lo almacenado es visible para todos, en la actualidad lleva el nombre de biografía.
- **Fotos:** Facebook permite no solo subir fotos sino también crear álbumes, compartirlos con amigos, etiquetar personas y editar fotos almacenadas.
- **Gifts:** Son mensajes de tipo icónico presentados en imágenes con movimiento en su mayoría gratuitos.
- **Aplicaciones:** Son programas, conjunto de pasos programados u orientados hacia determinada acción, están constituidos por códigos de programación, pueden ser integrados a una plataforma digital, en este caso Facebook.

- **Juegos:** Facebook brinda diversidad de juegos a sus usuarios, orientados al entretenimiento lúdico como: sudoku, dragón city y más.
- **Instagram:** Esta red social les ofrece a sus usuarios subir fotos y videos utilizando filtros, marcos, colores, animaciones, dónde te permite modificar y compartirlo en Facebook, Twitter etc.
- **WhatsApp:** Es una app de mensajería instantánea, con sus últimas incorporaciones de compartir estados, video llamadas grupales gratuitas, fotos y audios entre los contactos de tu celular los cuales se almacenan en una carpeta en tu equipo móvil.
- **Radio Tradicional:** Conocido como las primeras emisoras en amplitud modulada (AM) y posteriormente la frecuencia modulada (FM) siendo los primeros medios masivos electrónicos que difundían en su programación noticias relevantes de la época.
- **Radio Digital:** Las emisoras tradicionales evolucionaron con el pasar del tiempo permitiendo la trasportación de su señal de manera digital por medio de una frecuencia única, sobre todo libre de cualquier interferencia donde no se produce los apagones analógicos como sucede con las radios tradicionales al utilizar frecuencias contrarias a la analógica.
- **Radio Satelital:** En la actualidad las radios satelitales funcionan como la televisión satelital como Sky o Direct Tv con una excelente calidad de sonido, en fundamental contar con un receptor espacial y compatible al utilizar ondas electromagnéticas.

- **Radio de Onda Corta:** Las ondas se difunden en línea recta en este tipo de frecuencia los cuales rebotan en distintas alturas de un lugar permitiendo que la señal llegue a los lugares más remotos alrededor del mundo. Su longitud de onda de radio es más corta respecto a la banda media y baja frecuencia que usan las estaciones de radioaficionados
- **Ciberradio:** Utiliza la hipermedia, la multimedia y elementos para las transmisiones en vivo en el cual se puede ver y oír
- **Parrillas de programación.** Es una herramienta que permite ver los programas que se difunden en las estaciones radiales. Hay que tener en cuenta que existe diferencia al estructurar la parrilla exclusiva para las emisoras On Line que utilizan las laptops o computadoras que permiten ver y escuchar, respecto a la análoga que sus receptores son equipos comunes donde solo puedes oír.
- **Los encargados de elaborar la parrilla de programación** son especialistas en el arte de presentar contenidos a su audiencia de una manera artística, La terminología parrillas de programación se refiere a los contenidos y diseños únicos que identifican al medio radial.
- **En definitiva, Martí (2004)** define la programación con 3 características básicas: coherencia, planificación y continuidad.
- **En conclusión, Martí (2004)** define la programación mosaica como un suceso de programas de distintos géneros, asimismo la programación por bloques don segmentos de programación que cubren uno o dos programas

como máximo, finalmente la programación mixta, combina los dos estilos de programación mosaico y por bloque.

2.4 Formulación de hipótesis.

2.4.1 Hipótesis general.

La relación entre el uso de las redes sociales y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica – región Pasco es significativa.

2.4.2 Hipótesis específicas.

- La relación entre el uso de Facebook y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica – región Pasco es significativa.
- La relación entre el uso de Instagram y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica – región Pasco es significativa.
- La relación entre el uso de WhatsApp y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica – región Pasco es significativa.

2.5 Identificación de variables.

HIPOTESIS GENERAL	VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE
La relación entre el uso de las redes sociales y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica – región Pasco, 2020-2021 es significativa.	Uso de las redes sociales.	Contenido de los programas radiales
HIPOTESIS ESPECÍFICAS	DIMENSIONES	VARIABLE DEPENDIENTE
La relación entre el uso de Facebook y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica – región Pasco, 2020 – 2021 es significativa.	Facebook.	Contenido de los programas radiales
La relación entre el uso de Instagram y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica – región Pasco, 2020 – 2021 es significativa.	Instagram.	Contenido de los programas radiales
La relación entre el uso de WhatsApp y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica – región Pasco, 2020 – 2021 es significativa.	WhatsApp.	Contenido de los programas radiales

2.6 Definición operacional de variables e indicadores.

VARIABLE X	INDICADORES	VARIABLE Y	INDICADORES
Redes sociales Facebook Instagram WhatsApp	Tipo de uso personal y profesional. Frecuencia Diario Interdiario	Programación radial	Interacción Publicación de contenidos. Lenguaje. Comunicación

	<p>1 vez por semana</p> <p>1 vez al mes</p> <p>Recursos</p> <p>Fotos</p> <p>Video</p> <p>Audio</p> <p>Documentos</p> <p>Originales</p> <p>Notas de prensa</p> <p>Tweets</p> <p>Noticias</p> <p>Chismes</p>		<p>Comportamiento.</p> <p>Formato.</p> <p>Radionovela</p> <p>Radioteatro</p> <p>Socio-dramas</p> <p>Informativo</p> <p>Noticieros</p> <p>Entrevistas</p> <p>Notas ampliadas</p> <p>Opinión</p> <p>Comentarios</p> <p>Musical.</p> <p>De un género</p>
--	--	--	--

CAPITULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de investigación.

Es una investigación básica porque analizamos la realidad implicada en las variables descritas. No se intervino en la realidad para modificarla, vale decir que no se manipularan las variables. Nuestro análisis se centró en correlacionar las redes sociales que actualmente están siendo empleadas por las emisoras de Villa Rica con los contenidos de los programas de estas. Nuestra investigación conlleva un análisis transversal ya que se analizará la manifestación de las variables en un momento dado; esto es en el periodo que comprende el recojo de datos.

3.2. Métodos de investigación.

Método descriptivo.

Porque se identificó, clasificó y relacionó las variables que aplican en la situación determinada:

V_x : Uso de las Redes Sociales

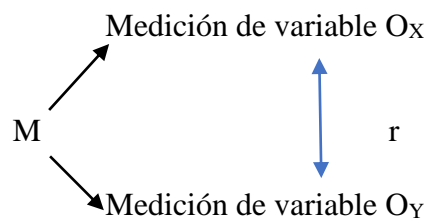
V_y : Contenidos de los programas de las emisoras de radio

Método estadístico.

Análisis e interpretación de datos para hallar el coeficiente de correlación entre las variables.

3.3 Diseño de investigación.

El diseño es correlacional.



Donde: M vienen a ser los programas de las radios de Villa Rica

r = coeficiente de correlación

O_x = Observación en la variable x : Uso de las Redes Sociales

O_y = Observación de la variable y : Contenido de la programación radial.

3.4 Población y muestra.

Lo conformaron los programas que se difunden en las emisoras locales de Villa Rica – región Pasco, detallados en la tabla 1.

Tabla 1:

Programas locales de las radios de Villa Rica.

RADIOS DE VILLARICA	N° DE PROGRAMAS LUNES – VIERNES	N° DE PROGRAMAS SABADOS Y DOMINGOS
KARIMAR 91.1 FM	5	2
AMERICANA 98.3 FM	5	2
MIRAFLORES 99.1 FM	4	4
MONTAÑA	6	2
TOTAL DE PROGRAMAS	20	10
Total	30	

Fuente: elaboración propia.

La población está constituida por 30 programas radiales.

Muestra.

La muestra estuvo compuesta por 30 programas radiales que se difunden en el distrito de Villa Rica – región Pasco.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Técnica:

- Encuesta.

Instrumento:

- Cuestionario

3.6 Técnicas para el procesamiento y análisis de datos.

- Tabulación
- Codificación
- Verificación de datos

3.7 Tratamiento estadístico.

Estadística descriptiva para cada variable.

Comparaciones.

3.8 Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación.

Validación:

Hernández (2003), indican que:

La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto y objeto produce iguales resultados

Confiabilidad:

La técnica que se utilizó fue la encuesta, que se aplicó a 30 programas radiales de 4 radios del de Villa Rica.

El instrumento de recolección de datos fue el cuestionario. El cual fue para cada una de las dos variables a fin de identificar la relación entre ambas.

Variable #1: Uso de las Redes Sociales

Se hicieron 15 preguntas 5 por cada dimensión relacionada al uso de las redes sociales.

- Para la variable Uso de las Redes Sociales se halló un alfa de Cronbach igual a:

Tabla 2: Estadísticos de fiabilidad Variable Uso de las Redes Sociales

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de	N de
Cronbach	elementos
,939	15

Como el valor de alfa de Cronbach para nuestro instrumento es 0,939 mayor de 0,70 demostramos que nuestro instrumento es altamente confiable.

Variable N°2: Ccontenido de los Programas de las Emisoras de Radio

Se realizaron 15 preguntas 3 por cada dimensión de la variable Contenido de los Programas de las Emisoras de Radio.

-Para la variable Contenido de los Programas de las Emisoras de Radio se halló un alfa de Cronbach igual a:

Tabla 3: Estadísticos de fiabilidad Variable ccontenido de los programas de las emisoras de Radio

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,964	15

Igualmente, al obtener 0,964 siendo mayor de 0.70 comprobamos que nuestro instrumento es altamente confiable.

3.9 Orientación ética.

El proyecto de investigación aborda uno de los temas más importantes del valor de las redes sociales y de los contenidos de programación de las radios, dentro de las normas del código de ética. En tal sentido se solicitó la colaboración de los locutores de las radios previa anuencia informada de los propósitos de nuestra investigación.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUCIÓN

4.1 Descripción del trabajo de campo.

En el presente capítulo se efectuó el cuestionario donde se aplicó a los operadores y dueños de los medios de comunicación radial en el distrito de Villa Rica- región Pasco, 2020-2021. Se proporcionaron los resultados estadísticos de cada variable, uso de las redes sociales, contenido de los programas de las emisoras de radio y cada dimensión de la primera variable. Luego de ello se verificó la hipótesis general y los específicos. Este proceso estadístico se llevó a cabo empleando el programa Excel 2010 y SPSS V. 25.

4.2 Presentación, análisis e interpretación de resultados.

A continuación, explicamos los resultados adquiridos de acuerdo con nuestras variables planteadas para el desarrollo de nuestra investigación:

Resultados de la Variable N° 1, uso de las redes sociales

Tabla 4

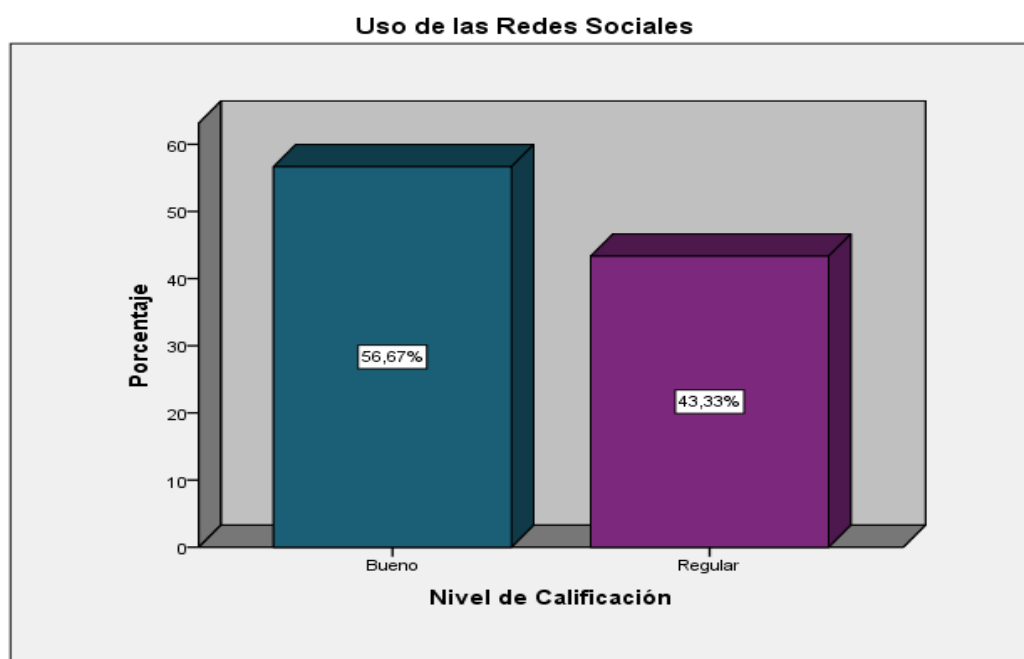
Resultado por niveles de la variable Uso de las redes sociales en el distrito de Villa Rica – región Pasco, 2020 – 2021.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido				
Bueno	17	56,7	56,7	56,7
Regular	13	43,3	43,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia

Figura 1

Resultado por niveles de la variable Uso de las redes sociales en el distrito de Villa Rica – región Pasco, 2020 – 2021.



Nota: Elaboración propia

Interpretación.

En la variable 1: Uso de las Redes Sociales, se evidencia que el 56,67% de los encuestados, lo califica como Bueno, asimismo el 43,33% lo califica como Regular, considerando además que ninguno lo ha calificado como Deficiente.

Resultados de la variable N° 02, contenido de los programas de las emisoras de radio.

Tabla 5

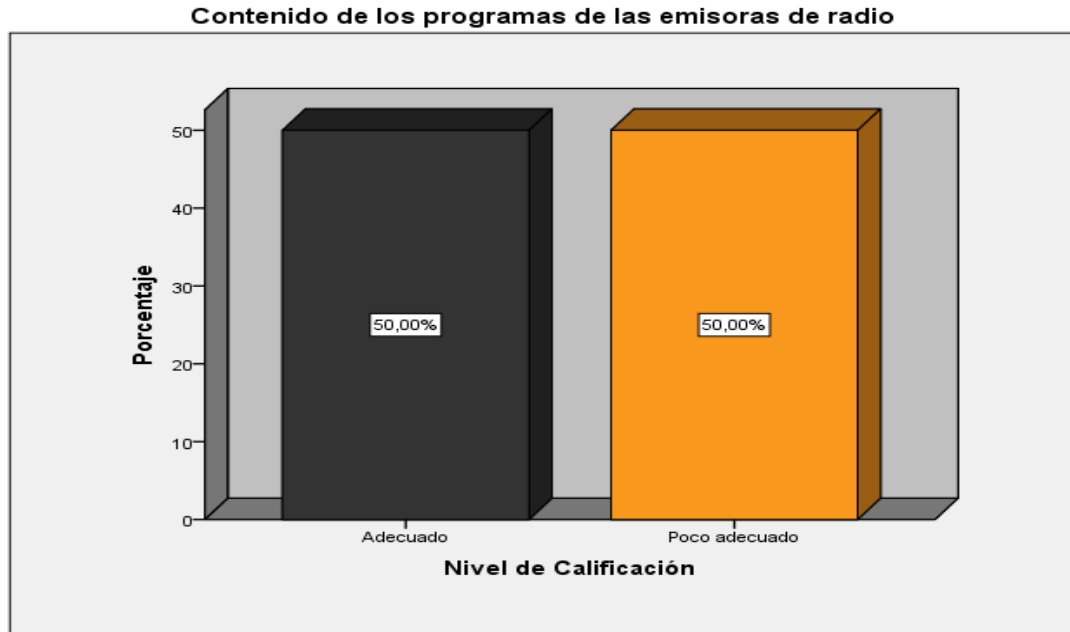
Resultado por niveles de la variable Contenido de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica – región Pasco, 2020 – 2021.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Adecuado	15	50,0	50,0	50,0
Válido Poco adecuado	15	50,0	50,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia

Figura 2

Resultado por niveles de la Contenido de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica – región Pasco, 2020 – 2021.



Nota: Elaboración propia

Interpretación.

En la variable 2: Contenido de los Programas de las Emisoras de Radio, se evidencia que el 50,00% de los encuestados, lo califica como Adecuado, asimismo el otro 50,00% lo califica como Poco adecuado, considerando además que ninguno lo ha calificado como Inadecuado.

Resultados de las dimensiones de la Variable N°

1. Resultados de la dimensión N° 1 de la variable N° 1, Facebook

Tabla 6

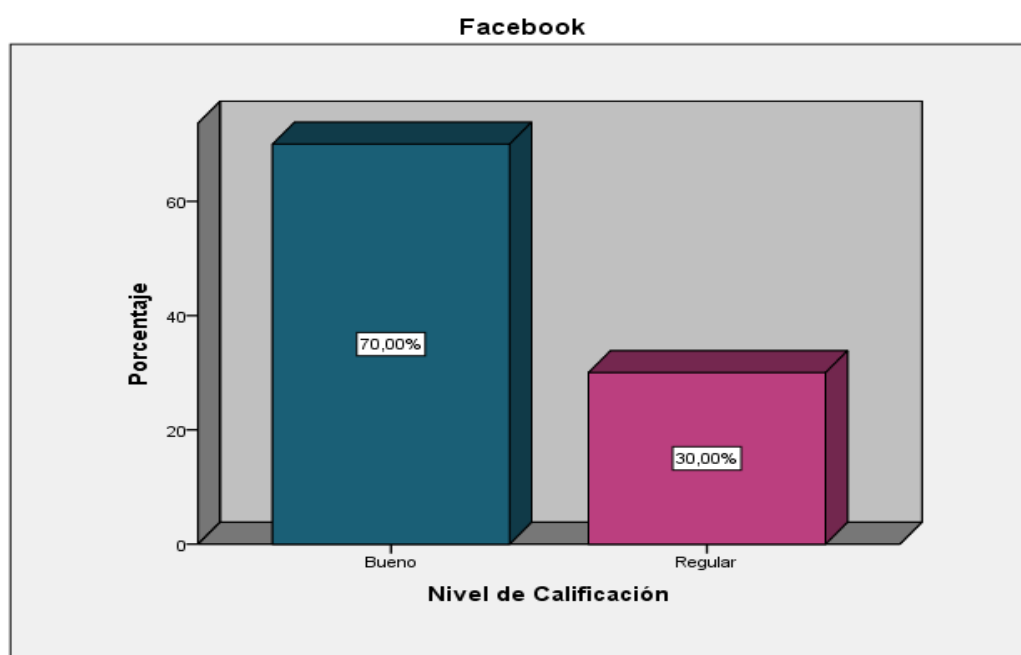
Resultado por niveles de la dimensión Facebook en el distrito de Villa Rica – región Pasco, 2020 – 2021.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bueno	21	70,0	70,0	70,0
Válido Regular	9	30,0	30,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia

Figura 3

Resultado por niveles de dimensión Facebook en el distrito de Villa Rica – región Pasco, 2020 – 2021.



Nota. Elaboración propia.

Interpretación.

En la dimensión 1: Facebook, se evidencia que el 70,00% de los encuestados, lo califica como Bueno, asimismo el otro 30,00% lo califica como Regular, considerando además que ninguno lo ha calificado como Deficiente.

2. Resultados de la dimensión N° 2 de la Variable N° 1, Instagram.

Tabla 7

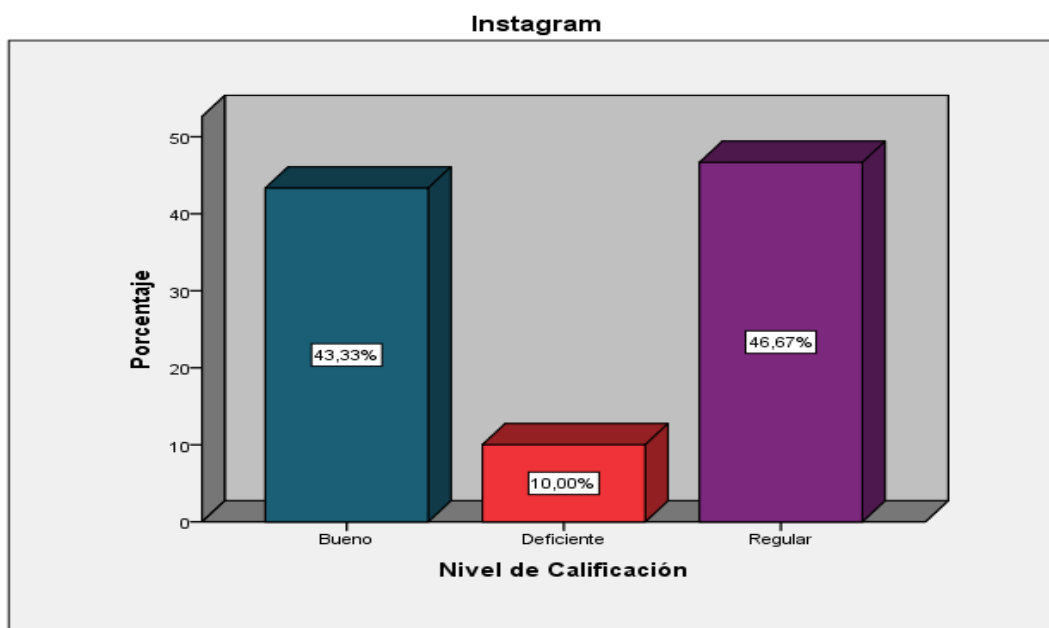
Resultado por niveles de la dimensión Instagram en el distrito de Villa Rica, región Pasco, 2020 – 2021.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bueno	13	43,3	43,3	43,3
Válido Deficiente	3	10,0	10,0	53,3
Regular	14	46,7	46,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia.

Figura 4

Resultado por niveles de la dimensión Instagram en el distrito de Villa Rica, región Pasco, 2020 – 2021.



Nota. Elaboración propia.

Interpretación.

En la dimensión 2: Instagram, se evidencia que el 43,33% de los encuestados, lo califica como Bueno, asimismo el otro 46,67% lo califica como Regular, considerando además que el 10,00% restante lo ha calificado como Deficiente.

3. Resultados de la dimensión N° 3 de la Variable N° 1, WhatsApp.

Tabla 8

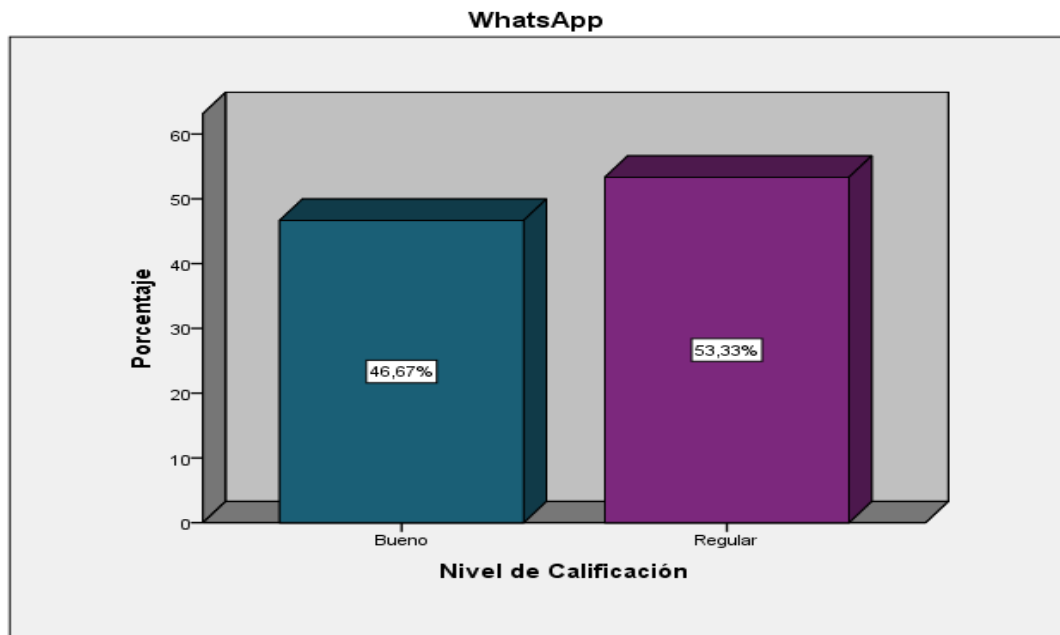
Resultado por niveles de la dimensión WhatsApp en el distrito de Villa Rica, región Pasco, 2020 – 2021.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bueno	14	46,7	46,7	46,7
Válido Regular	16	53,3	53,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia.

Figura 5

Resultados por niveles de la dimensión WhatsApp en el distrito de Villa Rica, región Pasco, 2020 -2021.



Nota. Elaboración propia.

Interpretación.

En la dimensión 3: WhatsApp, se evidencia que el 46,67% de los encuestados, lo califica como Bueno, asimismo el otro 53,33% lo califica como Regular, considerando además que ninguno lo ha calificado como Deficiente.

4.3 Prueba de hipótesis.

De la hipótesis general

Hipótesis alterna. H_a

Existe relación significativa entre Uso de las Redes Sociales y Contenidos de los Programas de las Emisoras de Radio en el distrito de Villa Rica-Región Pasco, 2020-2021.

Hipótesis nula. H_0

No existe relación significativa entre Uso de las Redes Sociales y Contenidos de los Programas de las Emisoras de Radio en el distrito de Villa Rica-Región Pasco, 2020-2021.

Utilizando el programa SPSS versión 25.

Tabla 9

Resultado de correlaciones entre la variable uso de las redes sociales y la variable contenido de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021.

Correlaciones			V2
		V1	Contenido de
		Uso de las	los programas
		Redes	de las
		Sociales	emisoras de
			radio
V1	Uso de las		
Redes Sociales	Pearson	1	,838**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
V2	Contenido de		
los programas de las	Pearson	,838**	1
emisoras de radio	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota. Elaboración propia

Este resultado lo ubicamos en la tabla 7 y tenemos:

Tabla 10

COEFICIENTE DE CORRELACIÓN	INTERPRETACIÓN
De $\pm 0,96$ a $\pm 1,00$	Correlación perfecta
De $\pm 0,85$ a $\pm 0,95$	Correlación fuerte
De $\pm 0,70$ a $\pm 0,84$	Correlación significativa
De $\pm 0,50$ a $\pm 0,69$	Correlación moderada
De $\pm 0,20$ a $\pm 0,49$	Correlación débil
De $\pm 0,10$ a $\pm 0,19$	Correlación muy débil
De $\pm 0,00$ a $\pm 0,09$	Correlación nula o inexistente

Nota: Elaboración propia

Interpretación de los coeficientes de correlación de las variables uso de las redes sociales y contenidos de los programas de las emisoras de radio en distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021.

Realizando la ubicación en la tabla de Pearson se tiene 0,838 podemos afirmar que si existe una relación **directa y significativa** entre uso de las redes sociales y contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021.

a) Nivel de significancia

$\alpha = 0,05$ Es decir, el 5%

b) Estadística de prueba

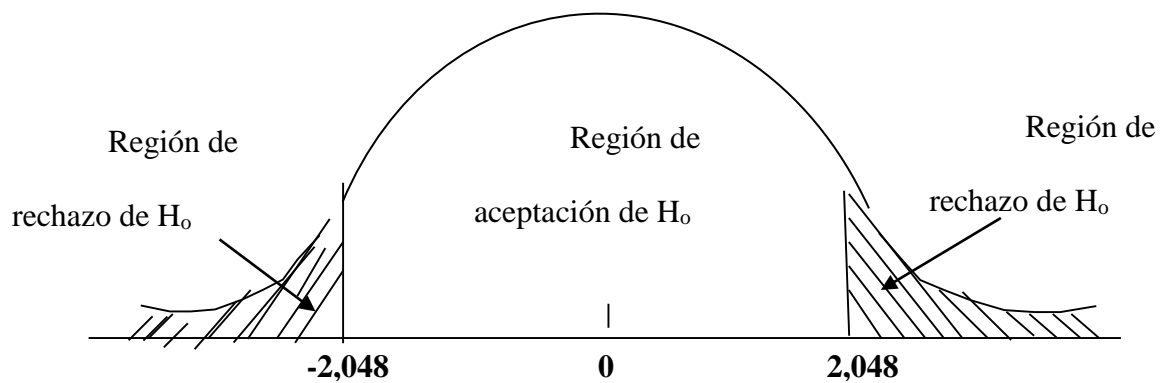
$$t = \frac{r\sqrt{N-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

c) Región de rechazo y aceptación

$$\alpha = 0.05$$

$$gl = 30 - 2 = 28$$

$$\text{Valor crítico} = 2.048$$



$$\text{Aceptar } H_0 \text{ si } -2,048 < t_c < 2,048$$

$$\text{Rechazar } H_0 \text{ si } -2,048 \geq t_c \geq 2,048$$

d) Recolección de datos y cálculos

$$N=30$$

$$r = 0,838$$

$$t = \frac{0,838\sqrt{30-2}}{\sqrt{1-(0,838)^2}}$$

$$t = \frac{0,838(5,3)}{\sqrt{1-0,70}}$$

$$t = \frac{4,4}{0,5}$$

$$t = 8,8$$

e) **Decisión estadística**

Puesto que t calculada es mayor que t teórica ($8,8 > 2,048$), en consecuencia, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_a).

f) **Conclusión estadística.**

Se concluye que: Si existe una relación directa y significativa entre el uso de las redes sociales y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021.

De la hipótesis específica 1

Hipótesis alterna. H_a .

Existe relación significativa entre el Facebook y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021.

Hipótesis nula H_0 .

No existe relación significativa entre el Facebook y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021.

Utilizando el programa SPSS versión 25.

Tabla 11

Resultado de correlaciones entre la dimensión Facebook y la variable contenido de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021.

Correlaciones		D1 Facebook	V2 Contenido de los programas de las emisoras de radio
D1 Facebook	Correlación de Pearson	1	,867**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
V2 Contenido de los programas de las emisoras de radio	Correlación de Pearson	,867**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota. Elaboración propia.

Este resultado la ubicamos en la tabla 9 y tenemos:

Tabla 12

Resultado de correlaciones entre la dimensión Facebook y la variable contenido de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021.

COEFICIENTE DE CORRELACIÓN	INTERPRETACIÓN
De $\pm 0,96$ a $\pm 1,00$	Correlación perfecta
De $\pm 0,85$ a $\pm 0,95$	Correlación fuerte
De $\pm 0,70$ a $\pm 0,84$	Correlación significativa
De $\pm 0,50$ a $\pm 0,69$	Correlación moderada
De $\pm 0,20$ a $\pm 0,49$	Correlación débil
De $\pm 0,10$ a $\pm 0,19$	Correlación muy débil
De $\pm 0,00$ a $\pm 0,09$	Correlación nula o inexistente

Nota. Elaboración propia

Realizando la ubicación en la tabla de Pearson se tiene 0,867 podemos afirmar que si **existe una relación directa y fuerte** entre Facebook y contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021.

a) Nivel de significancia.

$$\alpha = 0,05 \quad \text{Es decir, el 5\%}$$

b) Estadística de prueba

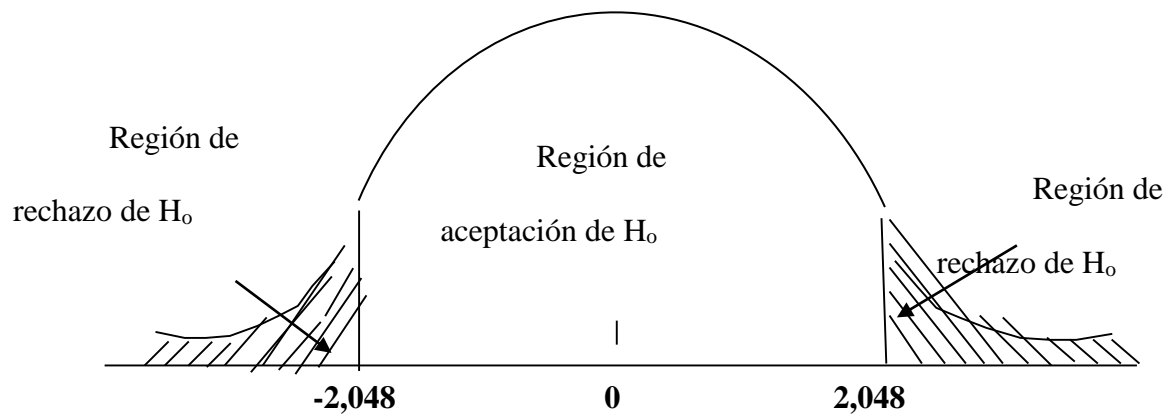
$$t = \frac{r\sqrt{N-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

c) Región de rechazo y aceptación

$$\alpha = 0,05$$

$$gl = 30-2 = 28$$

$$\text{Valor crítico} = 2,048$$



Aceptar H_0 si $-2,048 < t_c < 2,048$

Rechazar H_0 si $-2,048 \geq t_c \geq 2,048$

d) Recolección de datos y cálculos

$$N=30$$

$$r = 0,867$$

$$t = \frac{0,867\sqrt{30-2}}{\sqrt{1-(0,867)^2}}$$

$$t = \frac{0,867(5,3)}{\sqrt{1-0,75}}$$

$$t = \frac{4,6}{0,5}$$

$$t = 9,2$$

e) Decisión estadística

Puesto que t calculada es mayor que t teórica ($9,2 > 2,048$), en consecuencia, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_a).

f) Conclusión estadística.

Se concluye que: Si existe una relación directa y fuerte entre Facebook y contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021.

De la Hipótesis específica 2

Hipótesis alterna. H_a

Existe relación significativa entre el Instagram y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021.

Hipótesis nula H_0 .

No existe relación significativa entre el Instagram y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021.

Tabla 13

Resultado de correlaciones entre la dimensión Instagram y la variable contenido de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021.

Correlaciones			
		D2 Instagram	V2 Contenido de los programas de las emisoras de radio
D2 Instagram	Correlación de Pearson	1	,593**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	30	30
V2 Contenido de los programas de las emisoras de radio	Correlación de Pearson	,593**	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	30	30

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota. Elaboración propia.

Este resultado lo ubicamos en la tabla 11 y tenemos:

Tabla 14

Resultado de correlaciones entre la dimensión Instagram y la variable Contenido de los programas de las emisoras de radio en el Distrito de Villa Rica-Región Pasco, 2020-2021

COEFICIENTE DE CORRELACIÓN	INTERPRETACIÓN
De $\pm 0,96$ a $\pm 1,00$	Correlación perfecta
De $\pm 0,85$ a $\pm 0,95$	Correlación fuerte
De $\pm 0,70$ a $\pm 0,84$	Correlación significativa
De $\pm 0,50$ a $\pm 0,69$	Correlación moderada
De $\pm 0,20$ a $\pm 0,49$	Correlación débil
De $\pm 0,10$ a $\pm 0,19$	Correlación muy débil
De $\pm 0,00$ a $\pm 0,09$	Correlación nula o inexistente

Nota. Elaboración propia

Realizando la ubicación en la tabla de Pearson se tiene 0,593 podemos afirmar que si existe una relación directa y moderada entre Instagram y Contenidos de los Programas de las Emisoras de Radio en el Distrito de Villa Rica-Región Pasco, 2020-2021.

a) Nivel de significancia.

$$\alpha = 0,05 \text{ Es decir, el 5\%}$$

b) Estadística de prueba

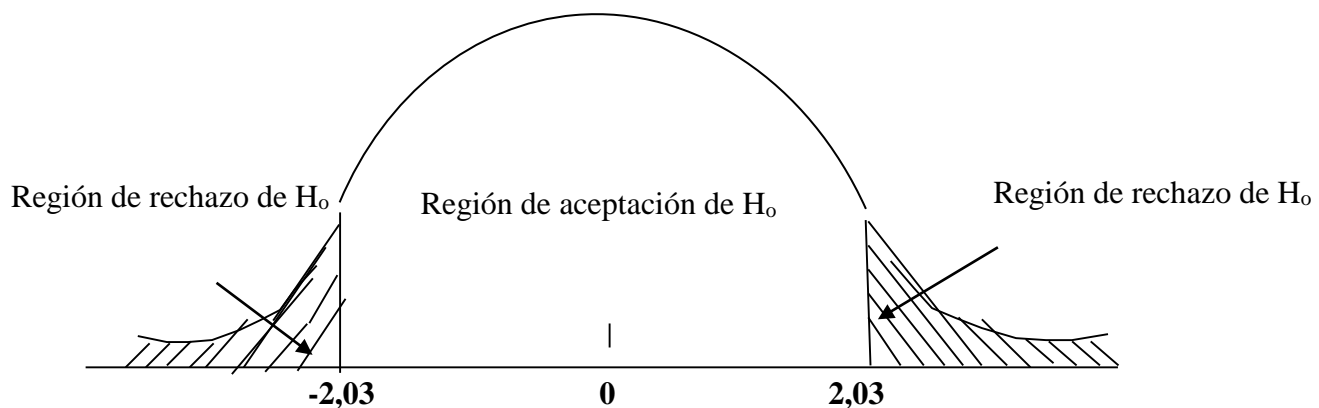
$$t = \frac{r\sqrt{N-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

c) Región de rechazo y aceptación

$$\alpha = 0.05$$

$$gl = 30-2= 28$$

Valor crítico = 2.048



Aceptar H_0 si $-2,048 < t_c < 2,048$

Rechazar H_0 si $-2,048 \geq t_c \geq 2,048$

d) Recolección de datos y cálculos

$$N=30$$

$$r = 0,593$$

$$t = \frac{0,593\sqrt{30-2}}{\sqrt{1-(0,593)^2}}$$

$$t = \frac{0,593(5,3)}{\sqrt{1-0,35}}$$

$$t = \frac{3,1}{0,81}$$

$$t = 3,8$$

e) Decisión estadística

Puesto que t calculada es mayor que t teórica ($3,8 > 2,048$), en consecuencia, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_a).

f) Conclusión estadística.

Se concluye que: Si existe una relación directa y moderada entre Instagram y contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021.

Hipótesis específica 3

Hipótesis alterna. H_a .

Existe relación significativa entre el WhatsApp y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021.

Hipótesis nula Ho.

No existe relación significativa entre el WhatsApp y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021.

Tabla 15

Resultado de correlaciones entre la dimensión WhatsApp y la variable contenido de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021.

Correlaciones		D3 WhatsApp	V2 Contenido de los programas de las emisoras de radio
D3 WhatsApp	Correlación de Pearson	1	,837**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
V2 Contenido de los programas de las emisoras de radio	Correlación de Pearson	,837**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota. Elaboración propia.

Tabla 16

Resultado de correlaciones entre la dimensión WhatsApp y la variable contenida de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021.

COEFICIENTE DE CORRELACIÓN	INTERPRETACIÓN
De $\pm 0,96$ a $\pm 1,00$	Correlación perfecta
De $\pm 0,85$ a $\pm 0,95$	Correlación fuerte
De $\pm 0,70$ a $\pm 0,84$	Correlación significativa
De $\pm 0,50$ a $\pm 0,69$	Correlación moderada
De $\pm 0,20$ a $\pm 0,49$	Correlación débil
De $\pm 0,10$ a $\pm 0,19$	Correlación muy débil
De $\pm 0,00$ a $\pm 0,09$	Correlación nula o inexistente

Nota: Elaboración propia

Realizando la ubicación en la tabla de Pearson se tiene 0,837 podemos afirmar que si existe una relación **directa y significativa** entre WhatsApp y contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021.

a) Nivel de significancia.

$\alpha = 0,05$ Es decir, el 5%

b) Estadística de prueba

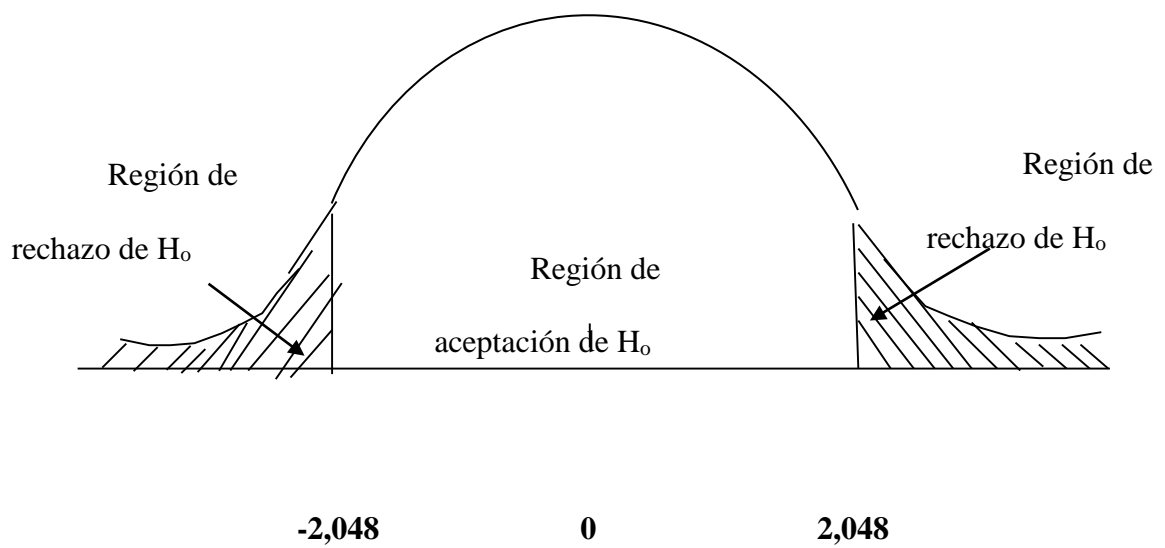
$$t = \frac{r\sqrt{N-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

c) Región de rechazo y aceptación

$$\alpha = 0.05$$

$$gl = 30 - 2 = 28$$

$$\text{Valor crítico} = 2.048$$



Aceptar H_0 si $-2,048 < t_c < 2,048$

Rechazar H_0 si $-2,048 \geq t_c \geq 2,048$

d) Recolección de datos y cálculos

$$N = 30$$

$$r = 0,837$$

$$t = \frac{0,837\sqrt{30-2}}{\sqrt{1-(0,837)^2}}$$

$$t = \frac{0,837(5,3)}{\sqrt{1-0,7}}$$

$$t = \frac{3,4}{0,55}$$

$$t = 6,2$$

e) **Decisión estadística**

Puesto que t calculada es mayor que t teórica ($6,2 > 2,048$), en consecuencia, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_a).

f) **Conclusión estadística**

Se concluye que: Si existe una relación directa y significativa entre WhatsApp y contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021.

4.4 **Discusión de resultados.**

Los resultados mencionados de la investigación concuerdan con los resultados de los antecedentes de investigación, considerando inclusive las dimensiones (Facebook, Instagram y WhatsApp), de la variable **Uso de las Redes Sociales**.

En cuanto a la hipótesis general, la variable uso de redes sociales se relaciona con la variable contenidos de los programas, se observó que el valor de la correlación a nivel muestral fue 0,838 siendo una correlación directa y significativa, el p -valor siendo a su vez menor que $\alpha = 0,05$. En tal sentido se rechazó la hipótesis nula (H_0) y se aceptó la (H_a), lo que significa que existe evidencia suficiente para

sustentar la afirmación de una correlación estadísticamente significativa en la población entre el uso de redes sociales y el contenido de los programas de las emisoras de radio del distrito de Villa Rica.

Del mismo modo, en cuanto a la **hipótesis específica 1**, la dimensión Uso del **Facebook** se relaciona con la variable contenido de los programas, en la cual se observó que el valor de la correlación a nivel muestral fue 0,867 siendo una correlación directa y significativa, el p-valor siendo a su vez menor que $\alpha = 0,05$. En tal sentido se rechazó la hipótesis nula (H_0) y se aceptó la (H_a), lo que significa que existe evidencia suficiente para sustentar la afirmación de una correlación estadísticamente significativa en la población entre el uso del Facebook y el contenido de los programas de las emisoras de radio del distrito de Villa Rica.

Asimismo, en cuanto a **la hipótesis específica 2**, la dimensión Uso del **Instagram** se relaciona con la variable contenido de los programas, en la cual se observó que el valor de la correlación a nivel muestral fue 0,593 siendo una correlación directa y moderada, el p-valor siendo a su vez menor que $\alpha = 0,05$. En tal sentido se rechazó la hipótesis nula (H_0) y se aceptó la (H_a), lo que significa que existe evidencia suficiente para sustentar la afirmación de una correlación estadísticamente significativa en la población entre el uso del Instagram y el contenido de los programas de las emisoras de radio del distrito de Villa Rica.

Además, en cuanto a la **hipótesis específica 3**, la dimensión Uso del **WhatsApp** se relaciona con la variable contenido de los programas, en la cual se observó que el valor de la correlación a nivel muestral fue 0,837 siendo una correlación directa y significativa, el p-valor siendo a su vez menor que $\alpha = 0,05$. En tal sentido se rechazó la hipótesis nula (H_0) y se aceptó la (H_a), lo que significa que existe

evidencia suficiente para sustentar la afirmación de una correlación estadísticamente significativa en la población entre el uso del WhatsApp y el contenido de los programas de las emisoras de radio del distrito de Villa Rica.

Finalmente, el trabajo de investigación teniendo en cuenta las variables como **Uso de Redes Sociales y el Contenido de los Programas en las Emisoras Radiales**, se consideró teniendo en cuenta el diseño correlacional, además fue tratado como un estudio descriptivo, lo cual se tuvo en cuenta para analizar el comportamiento de las variables especificadas.

CONCLUSIONES

- PRIMERO: Se concluye que: Si existe una relación directa y significativa entre el uso de las redes sociales y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica -Región Pasco en el Año 2020-2021. Puesto que t calculada es mayor que t teórica ($8,8 > 2,048$), en consecuencia, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_a).
- SEGUNDO: Se concluye que: Si existe una relación directa y significativa entre el uso de las redes sociales y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica-Región Pasco en el Año 2020-2021. Puesto que t calculada es mayor que t teórica ($9,2 > 2,048$), en consecuencia, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_a).
- TERCERO: Se concluye que: Si existe una relación directa y moderada entre Instagram y Contenidos de los Programas de las Emisoras de Radio en el distrito de Villa Rica-Región Pasco en el Año 2020-2021. Puesto que t calculada es mayor que t teórica ($3,8 > 2,048$), en consecuencia, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_a).
- CUARTO: Se concluye que: Si existe una relación directa y significativa entre WhatsApp y Contenidos de los Programas de las Emisoras de Radio en el distrito de Villa Rica-Región Pasco en el Año 2020-2021. Puesto que t calculada es mayor que t teórica ($6,2 > 2,048$), en consecuencia, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_a).

RECOMENDACIONES

- PRIMERA: Promover el uso y manejo adecuado de las redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp), para disminuir el desconocimiento de las herramientas mencionadas, con la finalidad de incrementar su audiencia, crear interacción con sus oyentes, incrementar la publicidad.
- SEGUNDO: Promover la utilización de la red social Instagram, como una gran plataforma virtual, usada interactuar con personas, clientes, promocionar productos y servicios.
- TERCERO: Crear una oferta de contenidos (publicidad personalizada), con la finalidad de acceder al perfil del oyente con precisión.
- CUARTO: Inducir a los locutores de programas radiales, la utilización de WhatsApp, por ser una red social de mensajería instantánea, que actualmente se ha convertido en una nueva vía de comunicación y difusión de información para los programas radiales, llegando a todo ámbito social.

BIBLIOGRAFIA

- Bocardo Godoy, E. (2018). *Uso de las redes sociales como fuente de información para las redacciones periodísticas de la prensa escrita de Arequipa, Perú 2018* [Tesis de Pregrado, Universidad Católica de Santa María]. <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/8067>
- Bravo Alvarado, A. (2019). *Uso de las redes sociales en el nivel de habilidades sociales de los estudiantes de secundaria de una institución educativa de Trujillo* [Tesis de Maestría, Universidad Cesar Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/31117>
- Chinchilla Méndez, E. (2012). *Estrategia de comunicación para posicionar la imagen de la radio piloto del grupo de emisoras católicas ECA* [Tesis de Maestría, Universidad de San Carlos de Guatemala]. http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1075.pdf
- Flores Arriola, A. (2017). *Impacto de las redes sociales como herramienta didáctica en el aprendizaje de los estudiantes de la carrera de Computación e Informática del Instituto Superior de Educación Público Chíncha, 2015* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/7239>
- Gómez Triana, B. (2014). *Estrategia de posicionamiento de la radio municipal de Caibarién en su público joven* [Tesis de Pregrado, Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas]. <https://dspace.uclv.edu.cu/handle/123456789/6085>
- Inca y Laura. (2018). *Posicionamiento y preferencia de informativos matinales radiales en las empresas de transportes ETTAZSAC y TRANSALFA –*

Huancayo [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional del Centro del Perú].

<https://repositorio.uncp.edu.pe/handle/20.500.12894/5247>

Kotler P. (2006) *Fundamentos de Marketing*. México: Ed. Prentice Mayo.

Kotler, P. y Armstrong, G. (2012) *Marketing*. México: Ed. Pearson.

León. (2015). *Posicionamiento de la radio online de la Universidad de Carabobo en los usuarios de las redes sociales desde el marketing 2.0* [Tesis de

Maestría, Universidad de Carabobo].

<http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/3064/eleon.pdf?sequence=4>

Martí, J. M. (2004). La programación radiofónica. En Sierra, J. Estudio de la oferta de programación de las radios autonómicas en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. DOI: 10.4185/RLCS-65- 2010-906-368-378.

Pavón, A. (2015). *El uso de las redes sociales y sus efectos en el rendimiento académico de los alumnos del instituto San José, El Progreso, Yoro-Honduras* [Tesis de Maestría, Universidad Rafael Landívar].

<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/05/83/Pavon-Martin.pdf>

William J. Stanton Boulder Michael J. Etzel Dame Bruce J. Walker (2007)

Fundamentos de Marketing. México: Mc Graw Hill.

Gamarra, G y otros (2015). *Estadística e Investigación con aplicaciones de SPSS*. Ed. San Marcos E.I.R.L.

García Santos, M. B. Capa Benítez, L. B. y García Santos, M. B. (2017). *Análisis exploratorio de datos con SPSS*. Editorial Universo Sur.

<https://elibro.net/es/lc/undac/titulos/71781>

Romero, S y Ordoñez, X. (2014). *Estadística descriptiva e inferencial*. Ed. Centro de Estudios Financieros.

ANEXOS

Anexo N°01 Cuestionario

Título “Uso de las redes sociales y contenido de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021

Estimado encuestado:

Deseo invitarlo a responder la presente encuesta. Sus respuestas son confidenciales y anónimas, tienen por objeto recoger su opinión respecto a: **USO DE REDES SOCIALES Y CONTENIDO DE LOS PROGRAMAS DE LAS EMISORAS DE RADIO.**

Variable: Independiente.

Indique si es: nunca (1), a veces (2), frecuentemente (3), y si es siempre (4) en cada una de las afirmaciones.

Por favor, marque con una "x" la única respuesta que considere apropiada				
Dimensión: Facebook				
1. ¿Qué tan seguido sigue una emisora radial en la red social Facebook?				
2. ¿Con que frecuencia se suscribe a grupos en la red social Facebook?				
3. ¿Con que frecuencia Ud. comenta publicaciones en la red social Facebook?				
4. ¿A menudo la información que recibe de Facebook le ayuda a tomar buenas decisiones?				
5. ¿Con qué frecuencia recibe notificaciones de la actividad que realiza en Facebook?				
Dimensión: Instagram				
6. ¿Con que frecuencia sigue a una emisora radial en la red social Instagram?				
7. ¿Con qué frecuencia Ud. comenta publicaciones en la red social Instagram?				
8. ¿A menudo la información que recibe de Instagram le ayuda a tomar buenas decisiones?				
9. ¿Con que frecuencia se suscribe a grupos en la red social Instagram?				
10. ¿Con qué frecuencia recibe notificaciones de la actividad que realiza en Instagram?				
Dimensión: WhatsApp				
11. ¿A menudo Ud. deja comentarios en la red social WhatsApp?				
12. ¿A menudo la información que recibe de WhatsApp le ayuda a tomar buenas decisiones?				
13. ¿Con que frecuencia sigue a una emisora radial en la red social WhatsApp?				

14. ¿Con que frecuencia se une a grupos en la red social WhatsApp?				
15. ¿Con qué frecuencia recibe notificaciones de la actividad que realiza en WhatsApp?				

Nota: elaboración propia

Anexo N°02 Cuestionario

Título “Uso de las redes sociales y contenido de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica- región Pasco, 2020-2021

Estimado encuestado:

Deseo invitarlo a responder la presente encuesta. Sus respuestas son confidenciales y anónimas, tienen por objeto recoger su opinión respecto a: **USO DE REDES SOCIALES Y CONTENIDO DE LOS PROGRAMAS DE LAS EMISORAS DE RADIO.**

Variable: Dependiente.

Indique si es: nunca (1), a veces (2), frecuentemente (3), y si es siempre (4) en cada una de las afirmaciones.

Por favor, marque con una "x" la única respuesta que considere apropiada				
Dimensión: Información				
1. ¿Con que frecuencia utiliza redes sociales para seguir a una emisora radial?				
2. ¿Qué tan seguido utiliza sus redes sociales para mantenerse informado?				
3. ¿A menudo Ud. se informa en las redes sociales sobre nuevos contenidos?				
Dimensión: Interacción				
4. ¿Qué tan frecuente sus contenidos se ven influenciados por otras emisoras radiales que le hacen recomendaciones por medio de redes sociales?				
5. ¿Con que frecuencia interactúa con sus oyentes a través de redes sociales?				
6. ¿A menudo Ud. publica contenidos en las redes sociales desde su celular?				
Dimensión: Musical				
7. ¿Qué grado de importancia tiene la música en relación a las emociones del oyente según su preferencia musical?				
8. ¿Estás de acuerdo con la repetición de canciones durante la programación musical y el uso de parodias durante la emisión de un programa de entretenimiento radial?				
9. ¿Estás de acuerdo con la segmentación musical que maneja la radio asignando un determinado género y estilo según la clase social?				
Dimensión: Lenguaje				
10. ¿Consideras adecuado el uso del lenguaje de un programa de entretenimiento radial?				
11. ¿Estás de acuerdo con el uso de un lenguaje coloquial y de jergas durante la emisión de un programa de entretenimiento radial?				

12. ¿Qué grado de importancia tiene el lenguaje utilizado por los conductores al emitir un mensaje durante la presentación de sus programas?				
Dimensión: Formato				
13. ¿Consideras adecuado el formato musical ofrecida en la programación radial?				
14. ¿Estás de acuerdo con el horario de los programas de entretenimiento que ofrecen las programaciones radiales?				
15. ¿En qué grado los programas de entretenimiento radial convencen a los oyentes a través de temas de interés general?				

Nota: elaboración propia

Anexo N° 03 Parrilla de programación

PROGRAMACIÓN DE RADIO KARIMAR 91.1 FM								
N°	NOMBRE Y APELLIDO	PROGRAMACIÓN	HORA	CELULAR	FRECUENCIA			CORREO
					L - V	S	D	
1	JOSÉ BARRERA	CUMBIA FOLKLOR AMANECIENDO CON KARIMAR	4:00AM 7:00AM	955318154	X			jbarrera.rdiokarimar@gmail.com
2	MARCO BUENO	NOTICIERO SEÑAL ABIERTA	7:00AM 9:00AM	998876603	X			buenomarco.karimar@gmail.com
3	FELICITAS RUEDAS ABARCA	LA LORETANA (NATURISTA)	9:00AM 12:00 M		X			laloretana.salud@gmail.com
4	JOSÉ QUISPE AVENDAÑO	CHICO SHOW	12:00 M 2:00PM	969222993	X			jquispe@originalperu.com
5	MARCO BUENO	NOTICIERO REGIONAL "LA HORA DEL CHUNCHO"	2:00PM 4:00PM	998876603	X			buenomarco.karimar@gmail.com
6	JOSÉ BARRERA	MÚSICA DE CUMBIA Y FOLKLOR - ESTRELLAS DE JB Y PRODUCCIONES	4:00PM 8:00PM	955318154		X	X	jbarrera.radiokarimar@gmail.com
7	FABIO QUITO	BESO DE CARAMELO	8:00PM 10:00PM	955318154		X	X	24031996quito@gmail.com

Nota: elaboración propia

PROGRAMACIÓN DE RADIO AMERICANA 98.3 FM								
Nº	NOMBRE Y APELLIDO	PROGRAMACIÓN	HORA	CELULAR	FRECUENCIA			CORREO
					L - V	S	D	
1	DAVID BALDEON	NOTICIERO-PLATAFORMA INFORMATIVA	7:00AM 9:00AM	995315367	X			plataformainformativa0@gmail.com
2	JESÚS TOLEDO	MÚSICA VARIADA "AMERICA MIX"	9:00AM 10:00AM	987742281	X			jtoledo.americana@gmail.com
3	DAVID BALDEON	MÚSICA DE LOS 80 "TUS 80 EN AMERICANA"	10:00AM 11:00AM	987742281	X			plataformainformativa0@gmail.com
4	JOSE LAZO SANABRIA	MÚSICA CRIOLLA , VALS "LA HORA DEL CRIOLLISMO"	12:00PM 1:00 PM	987742281	X			Joselazozanabria@gmail.com
5	MIRELLY NAVARRETE	MÚSICA JUVENIL "ESTACIÓN JUVENIL"	1:00 PM 2:00 PM	987742281	X			mnavarrete.eos@gmail.com
6	JOSE LAZO SANABRIA	MÚSICA DE CUMBIA "CUCU CUMBIA"	2:00 PM 3:00 PM	987742281		X	X	Joselazozanabria@gmail.com
7	JESUS TOLEDO	MÚSICA DEL RECUERDO "RECORDANDO"	3:00 PM 4:00 PM	987742281		X		jtoledo.americana@gmail.com

Nota: elaboración propia

PROGRAMACIÓN DE RADIO MIRAFLORES 99.1 FM								
Nº	NOMBRE Y APELLIDO	PROGRAMACIÓN	HORA	CELULAR	FRECUENCIA			CORREO
					L - V	S	D	
1	KEVIN HUMAN OSCCO	ROCÍO TROPICAL	5:00AM 7:00AM	964528588	X			kevin.oscco.art@gmail.com
2	TOÑO PAZCE MUNIVE	NOTICIERO "MIRAFLORES EN LA NOTICIA"	7:00 AM- 9:00AM	964528588	X			radiomiraflores.wilder@gmail.com
3	TOÑO PAZCE MUNIVE	MÚSICA VARIADA	9:00 AM 12:00 PM	964528588	X			radiomiraflores.wilder@gmail.com
4	RICHAR BUENO ARTHUR	LA HORA DEL CRIOLLISMO	12:00 PM 2:00 PM	964528588	X			buenorichard918@gmail.com
5	RICHAR BUENO ARTHUR	SOL Y SOMBRA	2:00 PM 4:00 PM	964528588		X		buenorichard918@gmail.com
6	MARCO AZABAMBA	MÚSICA LATINOAMERICANA	5:00 PM - 6:00 PM			X		marcolatinoamericana@gmail.com
7	MERWIN SCOT	MÚSICA ROMANTICA "ENTRE LAS ESTRELLAS Y LA LUNA"	7:00 PM 8:00 PM				X	merwinscot@gmail.com
8	MERWIN SCOT	NOCHES DE ROCK	8:00 PM 9:00 PM				X	merwinscot@gmail.com

Nota: elaboración propia

PROGRAMACIÓN DE RADIO MONTAÑA								
Nº	NOMBRE Y APELLIDO	PROGRAMACIÓN	HORA	CELULAR	FRECUENCIA			CORREO
					L - V	S	D	
1	WEST AGUILAR	CUMBRE MONTAÑA	5:00 AM 7:00 AM	963636952	X			westaguilar3@gmail.com
2	JAIME SOTO TORRES	TRAS LA VERDAD	7:00AM 8:00 AM	963636952	X			jsotorres2000@gmail.com
3	JAIME SOTO TORRES	MESCLA MIX- MÚSICA VARIADA	8:00 AM 12:00 PM	963636952	X			jsotorres2000@gmail.com
4	JAIME SOTO	MÚSICA ELECTRO Y REGEETON	12:00 M 3:00 PM	963636952		X	X	jsotorres2000@gmail.com
5	YESICA ARAUJO	CUMBIA MONTAÑA	3:00 PM 5:00 PM	963636952	X			yesiaraujonavarro@gmail.com
6	WEST AGUILAR	MEZCLA MONTAÑA	5:00 PM 70:00 PM	963636952		X	X	westaguilar3@gmail.com
7	CHAMORRO LOPEZ ASHLEY JOSEPH	LA HORA DEL CAFECITO	7:00 PM 9:30 PM	981331247	X			jochamorrolopez.oxa@gmail.com
8	YESICA ARAUJO	MUJERES EN ACCIÓN	9:30 PM 11:00 P.M	963636952	X			yesiaraujonavarro@gmail.com

Nota: elaboración propia

Anexo N° 4 Base de datos del cuestionario aplicado

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG
1	USO DE LAS REDES SOCIALES																CONTENIDO DE LOS PROGRAMAS DE LAS EMISORAS DE RADIO																
2	Facebook					Instagram					WhatsApp						Información			Interacción			Musical			Lenguaje			Formato				
3	ID	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	V1	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	V2
4	1	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	52	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	54
5	2	4	3	4	3	4	4	2	3	3	4	3	2	3	3	4	49	4	4	4	2	4	3	3	2	3	4	3	4	3	3	3	49
6	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	50	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	48
7	4	4	3	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4	50	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	52	
8	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	53	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	3	52
9	6	4	2	3	4	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	47	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	54
10	7	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
11	8	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	40	3	3	3	3	2	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	46
12	9	4	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
13	10	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48	4	3	4	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	44
14	11	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
15	12	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	44	3	4	3	3	3		3	2	3	3	2	3	3	3	2	40
16	13	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	37	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	40
17	14	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	42	3	2	3	1	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	37
18	15	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	40	3	3	3	3	2	4	3	3	2	3	2	2	3	3	3	42
19	16	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	48	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	41
20	17	4	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
21	18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
22	19	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
23	20	4	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
24	21	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	46	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	43
25	22	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
26	23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
27	24	3	3	2	3	2	2	1	2	2	2	3	3	3	3	3	37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
28	25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
29	26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
30	27	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
31	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
32	29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
33	30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60

Nota: elaboración propia

Anexo N° 5 Resultado del cuestionario aplicado en Google

CUESTIONARIO PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIATURA (respuestas)									
Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Extensiones Ayuda									
100% € % .0 .00 123 Predetermi... 10 B I S A									
A1 fx Marca temporal									
	A	B	C	D	E	F	G	H	
1	Marca temporal	Dirección de correo elect	Puntuación	COMPLETAR DATOS GI	NOMBRE DE LA RADIO	NOMBRE DEL PROGRA	HORARIO DE EMISIÓN:	Indique si es: nunca (1).	Indique
2	30/09/2021 19:11:08	Jquispe@originalperu.com		José Eraldo Quispe Av	Radio Karimar	Chico Show	Lunes a viernes 12:00m.		3
3	30/09/2021 19:14:29	kevin.oscco.art@gmail.com		kevin Huaman Oscco	Radio Miraflores	Rocío Tropical	5:00 am a 7:00 am de lu		4
4	30/09/2021 19:25:42	yesiaraujonavarro@gmail.com		ARAUJO NAVARRO YES	RADIO MONTAÑA	CUMBIA MONTAÑA	DE 3PM A 5PM		3
5	30/09/2021 22:57:08	plataformainformativa0@gmail.com		David Baldeón Rodrigue	Radio Americana	NOTICIERO- PLATAFOF	Lunes - Viernes de 7:00		4
6	30/09/2021 23:07:57	plataformainformativa0@gmail.com		David Baldeón Rodrigue	Radio Americana 98.3 F	MÚSICA DE LOS 80 "TU	Lunes - Viernes de 10:0		4
7	30/09/2021 23:20:41	radiomiraflores.wilder@gmail.com		Wilder Pazce Munive	Radio Miraflores	NOTICIERO "MIRAFLOF	Lunes - Sábado de 7:00		4
8	30/09/2021 23:26:57	radiomiraflores.wilder@gmail.com		Wilder Pazce Munive	Radio Miraflores	MÚSICA VARIADA	Lunes - Domingo de 9:00		4
9	1/10/2021 0:26:53	24031996quito@gmail.com		Quito Ramírez, Fabio Jur	Karima	Beso de Caramelo	8 P.M a 10 P.M		2
10	1/10/2021 9:59:06	jbarrera.radiokarimar@gmail.com		BARRERA BALZADÚA J	KARIMAR	AMANECIENDO CON K.	4 AM A 7 AM		4
11	1/10/2021 10:06:08	buenomarco.karimar@gmail.com		MARCO BUENO CÁRDE	KARIMAR	SEÑAL ABIERTA	2 PM A 4 PM		3
12	1/10/2021 10:08:45	buenomarco.karimar@gmail.com		MARCO BUENO CÁRDE	KARIMAR	LA HORA DEL CHUNCH	2 PM A 4 PM		3
13	1/10/2021 10:15:27	jbarrera.radiokarimar@gmail.com		BARRERA BALZADÚA J	KARIMAR	ESTRELLAS DE JB Y R	4 PM A 8PM		3
14	1/10/2021 13:03:43	mnavarrete.eos@gmail.com		NAVARRETE JARAMILL	AMERICANA	ESTACIÓN JUVENIL	1:00 A 2:00 PM		3
15	1/10/2021 16:01:42	buenorichard918@gmail.com		LUIS BUENO RICHARD	MIRAFLORES	SOL Y SOMBRA	2 PM A 4PM		3
16	1/10/2021 16:05:20	buenorichard918@gmail.com		LUIS BUENO RICHARD	MIRAFLORES	LA HORA DEL CRIOLLI	12 M A 2 PM		3
17	1/10/2021 16:16:22	jochamorrolopez.oxa@gmail.com		CHAMORRO LOPEZ AS	MONTAÑA	LA HORA DEL CAFECIT	7 PM A 9 PM		4
18	1/10/2021 16:26:34	yesiaraujonavarro@gmail.com		YESICA MAHOMALIT A	MONTAÑA	MUJERES EN ACCIÓN	DE 9:30pm a 11pm		4
19	1/10/2021 18:09:01	marcolatinoamericana@gmail.com		MARCO ANTONIO AZAÍ	RADIO MIRAFLORES	MÚSICA LATINOAMERI	LUNES - SÁBADO DE 5		4
20	1/10/2021 18:16:45	laloretana.salud@gmail.com		RUEDA ABARCA FELIC	KARIMAR	LA LORETANA NATURIS	9 AM A 12 M		4
21	1/10/2021 18:29:40	jtoledo.americana@gmail.com		JESUS TOLEDO	AMERICANA	AMERICA MIX	9 AM 10 AM		4
22	1/10/2021 18:44:35	jtoledo.americana@gmail.com		JESUS TOLEDO	AMERICANA	MÚSICA DEL RECUER	3 PM A 4 P.M.		3
23	1/10/2021 18:48:52	merwincot@gmail.com		MERWIN VARGAS ROS	RADIO MIAFLORES	"ENTRE LAS ESTRELLA	Lunes - Sábado de 7:00		4
24	1/10/2021 18:52:53	merwincot@gmail.com		MERWIN VARGAS ROS	RADIO MIRAFLORES	NOCHES DE ROCK	Sábado - Domingo de 8		4
25	1/10/2021 19:05:33	westagUILar3@gmail.com		WEST AGUILAR	RADIO MONTAÑA	CUMBRE MONTAÑA	Lunes - Viernes de 5:00		3
26	1/10/2021 19:09:38	westagUILar3@gmail.com		WEST AGUILAR	RADIO MONTAÑA	TRAS LA VERDAD	Lunes - Viernes de 7:00		3
27	1/10/2021 19:27:08	Joselazozanabria@gmail.com		JOSE LAZO SANABRIA	Radio americana	LA HORA DEL CRIOLLI	Lunes - Viernes de 12:00		4
28	1/10/2021 20:28:10	Joselazozanabria@gmail.com		JOSE LAZO SANABRIA	Radio americana	CUCU CUMBIA	SÁBADO - Domingo de 2		4
29	1/10/2021 21:39:44	jsotorres2000@gmail.com		JAIME SOTO TORRES	RADIO MONTAÑA	TRAS LA VERDAD	LUNES - VIERNES DE 7		4
30	1/10/2021 21:43:28	jsotorres2000@gmail.com		Jaime Soto Torres	Radio Montaña	MEZCLA MIX MUSICA V	Lunes - Sabado de 8:00		4

Nota: Resultado de la relación de entrevistados aplicados en el formulario Google

Anexo N° 6 Aplicación de formulario Google

The screenshot displays the Google Forms interface for a questionnaire titled "CUESTIONARIO PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIATURA". The top navigation bar includes a menu icon, the title, a folder icon, a star icon, and utility icons for help, view, undo, redo, and a purple "Enviar" button. Below the title, the navigation tabs are "Preguntas", "Respuestas" (with a blue circle containing the number 30), and "Configuración".

The main content area shows "30 respuestas" with a green plus icon and a vertical ellipsis. A red banner indicates "No se aceptan más respuestas" with a toggle switch. Below this, a message for respondents states: "Mensaje para los encuestados: Ya no se aceptan respuestas en este formulario". At the bottom of this section are three tabs: "Resumen" (selected), "Pregunta", and "Individual".

The second section is titled "Usuarios que han respondido" and lists the following email addresses under the heading "Correo electrónico":

- jquispe@originalperu.com
- kevin.oscco.art@gmail.com
- yesiaraujonavarro@gmail.com
- plataformainformativa0@gmail.com
- plataformainformativa0@gmail.com (1)

A question mark icon is visible in the bottom right corner of the interface.

Nota: La imagen extraída del formulario Google como resultado de la utilización del cuestionario

Anexo N° 7 Matriz de consistencia

“Uso de las redes sociales y contenidos de los programas de las emisoras de radio en el Distrito de Villa Rica- Región Pasco, 2020-2021”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGIA INSTRUMENTOS
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	Vx: Uso de las redes sociales Dimensiones: Facebook Instagram WhatsApp Vy: Contenido de la programación Dimensiones: Información Interacción Musical Lenguaje Formato	Tipo de uso Personal Profesional Personal Profesional Frecuencia Diario Inter-diario 1 vez a la semana 1 vez al mes Fuentes Fotografías Audios Infografías Documentos originales Notas de prensa Tweets Noticias Boletines Noticieros Entrevistas Comentarios Del recuerdo De un género Recitales	TIPO: Básica NIVEL: Descriptivo DISEÑO: Correlacional POBLACIÓN: 30 programas radiales MUESTRA: 30 número de programas TÉCNICAS: Encuesta INSTRUMENTO: Cuestionario
¿Cuál es la relación entre el uso de las redes sociales con los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica región Pasco, 2020-2021?	Establecer la relación entre el uso de las redes sociales y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica- región Pasco, 2020-2021.	La relación entre el uso de las redes sociales y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica región Pasco, 2020-2021.			
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVO ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICOS			
¿Cuál es la relación entre el uso del Facebook con los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica, región Pasco en el año 2020-2021? ¿Cuál es la relación entre el uso de Instagram con los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021? ¿Cuál es la relación entre el uso de WhatsApp con los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021?	Establecer la relación entre el uso de Facebook y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021. Establecer la relación entre el uso de Instagram y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021. Establecer la relación entre el uso de WhatsApp y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021.	. La relación entre el uso de Facebook y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021 es significativa. . La relación entre el uso de Instagram y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021 es significativa. . La relación entre el uso de WhatsApp y los contenidos de los programas de las emisoras de radio en el distrito de Villa Rica - región Pasco, 2020-2021.			

Anexo 6: Declaración de originalidad de la tesis

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

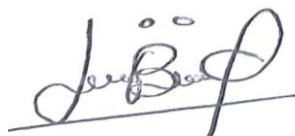
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Mediante el presente documento, yo Jennifer Maritza BRAVO GUTIERREZ, identificada con código N° 1441013127 y Documento Nacional de Identidad N° 72961148 declaro que los contenidos de la Tesis titulada: “Uso de las redes sociales y contenidos de los programas de las emisoras de radio en el Distrito de Villa Rica- Región, 2020-2021”, presentada para optar el título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación es de mi coautoría, por lo que, asumo las responsabilidades civiles, administrativas o penales que pudieran derivarse, en caso se detecten textos parciales o totales plagiados en la misma, **autorizando** a las autoridades de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, aplicar lo dispuesto en la Resolución del Consejo Directivo de la SUNEDU N° 174-2019-SUNEDU/CD, que prevé las acciones para garantizar la originalidad de los trabajos de investigación.

Asimismo, **autorizo** a los interesados que deseen utilizar total o parcialmente la Tesis con fines educativos y de investigación, lo pueden hacer, siempre que citen adecuadamente a la suscrita y a la co-autora.

Para mayor constancia, firmo la presente declaración de autenticidad, en la fecha.

La Merced, diciembre 31 del 2021.



Jennifer Maritza BRAVO GUTIERREZ
D.N.I. N° 72961148

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Mediante el presente documento, yo Lilia del Pilar CALLO BENAVENTE, identificada con código N° 1441013207 y Documento Nacional de Identidad N° 72612131 declaro que los contenidos de la Tesis titulada: “Uso de las redes sociales y contenidos de los programas de las emisoras de radio en el Distrito de Villa Rica-Región Pasco, 2020-2021”, presentada para optar el título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación es de mi coautoría, por lo que, asumo las responsabilidades civiles, administrativas o penales que pudieran derivarse, en caso se detecten textos parciales o totales plagiados en la misma, **autorizando** a las autoridades de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, aplicar lo dispuesto en la Resolución del Consejo Directivo de la SUNEDU N° 174-2019-SUNEDU/CD, que prevé las acciones para garantizar la originalidad de los trabajos de investigación.

Asimismo, **autorizo** a los interesados que deseen utilizar total o parcialmente la Tesis con fines educativos y de investigación, lo pueden hacer, siempre que citen adecuadamente a la suscrita y a la co-autora.

Para mayor constancia, firmo la presente declaración de autenticidad, en la fecha.

La Merced, 31 diciembre del 2021.



Lilia del Pilar CALLO BENAVENTE
D.N.I. N° 72612131