

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

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



T E S I S

**La radio como agente de cambio social y la concientización a la población de
Chaupimarca frente al COVID-19, Cerro de Pasco, 2021**

Para optar el título profesional de:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Autores: Bach. Jim Rolan SEGURA MANDUJANO

Bach. Jennifer Kathy SAENZ BARRETO

Asesor: Dr. Raúl Máximo RAMOS GUTARRA

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



T E S I S

**La radio como agente de cambio social y la concientización a la población de
Chaupimarca frente al COVID-19, Cerro de Pasco, 2021**

Sustentada y aprobada ante los miembros del jurado:

Dr.: Rogelio Amancio LANDAVERY MARTÍNEZ
PRESIDENTE

Dr.: Abel ROMUALDO ROSARIO
MIEMBRO

Mg.: Rafael Anderson GONZALES URETA
MIEMBRO

DEDICATORIA

A mis padres que desde el cielo me guían Victoria y David a mi hermana que las acompaña Isabel, Evangelyn gracias por darme la fuerza para continuar.

Esto es para ustedes, por qué esta historia continuara.

Solo es el primer paso.

Jennifer....

A mi Madre que siempre me acompaña desde el cielo, a mis hermanos por su apoyo incondicional, a mi esposa por su infinito amor y paciencia y a mi hijo por fortalecer día a día mis logros.

*A ellos que Dios los proteja y sigan a mi lado,
por siempre.*

Jim.....

AGRADECIMIENTO

Con mucha gratitud, reconocemos el trabajo de nuestros Docentes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación por el desempeño, dedicación y esmero en sus conocimientos compartidos a cada alumno que pasa por estas aulas, en esta fría pero acogedora ciudad más alta del mundo Cerro de Pasco.

Los autores.

RESUMEN

El estudio tuvo como propósito conocer la influencia de la radio como agente de cambio en la concientización de la población de Chaupimarca, Cerro de Pasco frente al COVID-19. El enfoque de la investigación fue de tipo cualitativo con método inductivo analítico. Como población se consideró a los oyentes de radio de la ciudad de Chaupimarca. La muestra quedó conformada por 10 a 12 personas. La técnica de recolección de datos fue el focus group con su instrumento la guía de entrevistas desagregada en preguntas de acuerdo a las sub categorías de educativo, informativo y entretenimiento. Como conclusión principal se ha determinado que la radio influyó de manera significativa en la concientización de la población de Chaupimarca frente al Covid 19 y la radio sigue siendo el medio de información de mayor predilección de dicha población.

Palabras clave: La radio agente de cambio, concientización de la población, Covid 19.

ABSTRACT

The purpose of the study was to know the influence of radio as an agent of change in the awareness of the population of Chaupimarca, Cerro de Pasco against COVID-19. The research approach was qualitative with an analytical inductive method. As population, the radio listeners of the city of Chaupimarca were considered. The sample was made up of 10 to 12 people. The data collection technique was the focus group with its instrument the interview guide disaggregated into questions according to the subcategories of educational, informative and entertainment. As a main conclusion, it has been determined that the radio significantly influenced the awareness of the population of Chaupimarca against Covid 19 and the radio continues to be the most preferred means of information for said population.

Keywords: Radio agent of change, population awareness, Covid 19.

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

Ahora que estamos viviendo la etapa de la pos pandemia, seguramente nos preguntamos si los medios de comunicación jugaron un rol importante en la etapa de la pandemia. Los resultados de la investigación nos han demostrado que la radio como agente de cambio social ha concientizado a la población de Chaupimarca frente al COVID-19 en Cerro de Pasco, 2021. Asimismo, la radio fue el medio de mayor predilección al momento de informarse sobre los casos del Covid 19.

El trabajo de investigación está distribuido en cuatro capítulos, cuyos contenidos se elaboraron considerando el modelo oficial del Reglamento de Grados y Títulos de la Undac, en cuyo primer capítulo se tiene la introducción. En el segundo capítulo se aborda el marco teórico, con sus antecedentes de estudio, bases teóricas, y definición de términos básicos.

El tercer capítulo comprende la metodología y técnicas de empleadas en la investigación, considerando el tipo, método, población, muestra y técnicas e instrumentos de recolección y procesamiento de datos.

El cuarto capítulo abarca la presentación de resultados donde se analizó y discutió los hallazgos para finalmente determinar las conclusiones y recomendaciones.

Los autores

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

PRESENTACIÓN

CAPÍTULO I

Introducción	1
--------------------	---

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio.....	3
2.1.1. Internacionales	3
2.1.2. Nacionales	7
2.2. Bases teóricas científicas.	10
2.2.1. Teoría de la comunicación humana.....	10
2.2.2. Teoría de la aguja hipodérmica	12
2.2.3. Teoría de los efectos limitados.....	13
2.3. Definición de términos conceptuales.	14
2.3.1. La radio como agente de cambio para la sociedad.....	14
2.3.2. Concientización de la población	16
2.4. Enfoque filosófico – epistémico	17

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación.....	18
3.2. Nivel de investigación.....	18
3.3. Característica de la investigación.....	18
3.4. Método de investigación.....	19
3.5. Diseño de investigación.....	19
3.6. Procedimiento del muestreo.....	19
3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	19
3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	19
3.9. Orientación ética.....	20

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación, análisis e interpretación de resultados.....	21
4.1.1. Análisis e interpretación de resultados:.....	25
4.2. Discusión de resultados.....	28

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

CAPÍTULO I

Introducción

La presente investigación se ha desarrollado considerando un enfoque cualitativo porque creemos importante conocer si la radio como agente de cambio social ha concientizado a la población de Chaupimarca frente al COVID-19, en Cerro de Pasco, 2021. Los programas informativos en la radio han sido determinantes al momento de informar a la población, sobre todo cuando se daba a conocer diariamente las cifras estadísticas de los contagios y muertes a nivel nacional y local. Asimismo, los oyentes también han recibido orientaciones sobre cómo protegerse para evitar el contagio del virus. Las más conocidas que destacan los entrevistados fueron: el lavado de las manos, el uso consistente de las mascarillas, distanciamiento social, el uso del alcohol para desinfectar sus productos, al toser cubrirse la boca con los brazos y otras acciones protectoras. Por consecuencia, esta experiencia ha generado una concientización en la audiencia para que asuma una postura preventiva de

cambio frente al COVID-19. Cabe destacar que la radio por su característica de versatilidad, accesibilidad e inmediatez ha sido el medio de comunicación más utilizado en la época de crisis en la pandemia. La radio más sintonizada por los pasqueños fue Radio Corporación, y el programa informativo más escuchado “Abre los Ojos” con la conducción de Carmen Aira Meza. Cabe destacar, que la mayoría de los entrevistados señalan que las instituciones como el Gobierno Regional, las municipalidades, las entidades de salud (Minsa y Essalud), la policía nacional y los medios de comunicación deben realizar un trabajo en conjunto para enfrentar estos problemas, como el que vivimos en la pandemia.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio.

2.1.1. Internacionales

Tello A. (2010), plantea una investigación sobre **la radio como herramienta de cambio, basado en entrevistas a promotores de radios alternativas** de Latinoamérica, 2010, México D. F., México. El estudio según su enfoque es de **tipo cualitativo**, presenta sobre la base de entrevistas la experiencia de proyectos de radio en México, Bolivia y Argentina, desde experiencias de comunicación participativa llevadas a cabo en la radio con el uso de la palabra oral y su importancia ancestral. El objetivo principal es presentar (a través de la historia de cada proyecto, de sus experiencias y de sus resultados) el rol de la radio como instrumento de cambio social, cultural y/o político. Co relación a la **muestra**, establece un muestreo no probabilístico, puesto que ha elegido por conveniencia personas en el campo de la

comunicación radial, que han generado un impacto en sus entornos. Al respecto, Alejandra Tello (2010), entre sus **conclusiones**, señala que el ejercicio del periodismo es un ejercicio complicado; porque ello implica leer, investigar, entrevistar, redactar; desafiar al universo de normas escritas y no escritas. Añade que el periodismo trata de ser objetivo, pero no alcanza, aunque lo procure, ser imparcial. Asimismo, cada palabra implica una forma de pensar. Quien ejerza el periodismo tiene también la oportunidad de formar y moldear juicios y como resultado, en la respuesta de la sociedad para que los sucesos cambien o se queden como están; es decir es un instrumento de cambio. También manifiesta la gran importancia de la responsabilidad que asume el periodista, pues en gran medida, de manera implícita representa a cada poblador porque busca que se respeten sus derechos conculcados. Con relación a la entrevista al cual recurre el periodista radial señala que al margen de las preguntas y respuestas que cree que llega a contextualizar al oyente con el tema tratado, lo cual no es así, resalta que la entrevista es más que un cuestionario simple y que más bien, nos da la posibilidad de acceder al universo de conocimientos que una persona encarna, a esos saberes que no están en los textos porque son el resultado del conjunto de experiencias que consienten una vida. Finalmente, reafirma sobre todo la importancia y la prelación de la palabra que, puesta en su indiscutible lugar, recobra su carácter como instrumento fundamental de cambio y de lucha. La palabra “para revelar, para testificar, para existir. La palabra con su magnífica armadura: pronunciarse. Una palabra que es vigilante, evidencia: auténtica a situación de no dejar jamás de ser puntual.”

Villate, C. (2013), Tesis de Postgrado – Universidad de Chile, aporta una investigación para conocer cómo los medios de comunicación comunitaria en Chile y Colombia hacen uso de tecnologías de la información y la comunicación y si su uso permite y promueve el cambio social en sus comunidades, 2013. La investigación recurre a un estudio de enfoque cualitativo y, según su nivel de profundidad del conocimiento es de tipo descriptiva. A nivel muestral, en su intención de realizar un análisis global sobre el uso que todos los medios comunitarios de Colombia y Chile hacen de las tecnologías de la información y comunicación, realiza un muestreo por pertinencia discursiva, eligiendo dos medios: uno de Colombia y otro en Chile. Siempre, basados en el modelo cualitativo, en su interés por saber cómo se da la dinámica o cómo ocurre el proceso en que se da el asunto o problema, propone como instrumentos, la entrevista grupal en profundidad, técnica que permitió abordar a las radios conservando su carácter grupal e integrándonos a sus dinámicas discursivas. También, una segunda entrevista, pero individual, se le realizó para profundizar en varios temas que se habían discutido durante la entrevista grupal. Del estudio, Camila Villate (2013), concluye que las pequeñas sociedades o locales con sus tradiciones y costumbres no han eclipsado para crear o formar parte de una gran Sociedad Global, sino por el contrario, su coexistencia requiere estar arraigada dentro de lo local. Asimismo, resalta que los medios de comunicación, en esta era que integra todo, definen de forma amplia la cultura. En tal sentido, resulta esencial la formación de medios comunitarios como nuevos escenarios de masificación cultural que no responden a los métodos del mercado, como lo forjan las

Industrias Culturales, pero que utilizan instrumentos de éste para divulgar sus mensajes.

Del estudio cualitativo, se precisan aspectos como: Dos radios, dos países: cuando los medios de comunicación están con la población; las radios salen de la cabina: usos de las tecnologías de la información y la comunicación y; tecnologías y cambio Social; todos éstos, temas que construyen el discurso de la preservación de la identidad desde las emisoras comunitarias.

Buendía A. y Pino J. C. (2008), desarrolla una investigación titulada “Radio local, opinión pública y participación ciudadana”. El trabajo, según su enfoque es de tipo cualitativo, centrado en la técnica de análisis de contenido que incluye variables que en el escenario de los medios de comunicación son práctica común por su función social. Entre sus conclusiones, los autores manifiestan que las emisoras radiales locales, habitualmente, se crean dentro de procesos de emprendimiento de desarrollo o desde operaciones motivadas por la misma comunidad. Dentro de los objetivos sociales que estimulan la creación de estos medios se hallan la democratización de los procesos de comunicación, la búsqueda de la población por agenciar sus propios espacios y el interés de poseer medios alternativos a los comerciales o privados. También señalan que si se quiere construir nuevos escenarios públicos con actores visibles en las comunidades deberán practicar su liderazgo en espacios de discusión, concertación, educación, medios de información e industrias culturales. En la actualidad, los medios de comunicación son determinantes piezas dinámicas de la industria cultural y un elemento clave de la organización de la población y su política. Los efectos que los medios de

comunicación han creado dentro de las sociedades, con sus conveniencias de proceder, intervenir e influir, pueden generar obstáculos o dinamizar la vida democrática de los pueblos.

De lo aportado por este artículo científico, aceptamos que en la sociedad contemporánea es muy volátil la construcción de una ciudadanía, sobre todo porque están en juego un entramado de valores y raíces culturales que se expresan en la sensibilidad social, tema de nuestro interés desde el campo de la radio como agente socializador.

2.1.2. Nacionales

Miranda N. (2018) Rol de la radio en la reducción de la mortalidad materna en la zona rural. El caso de Chami Radio en la provincia de Otuzco- La Libertad. 2011-2012.

El análisis de la experiencia de Chami Radio, en la provincia de Otuzco - Región La Libertad, frente a la problemática de la mortalidad materna, tiene por objetivo conocer el rol educativo que cumplió esta radio comunitaria para la reducción de muertes maternas. El estudio se realiza con la finalidad de proponer recomendaciones que permitan optimizar la gestión de dicha radio, como instrumento de cambio en la salud de las mujeres en el ámbito rural. La metodología cualitativa que es empleada en la presente investigación, nos permitirá profundizar en el análisis de la gestión de la radio y en las estrategias que emplea para enfrentar la problemática de las gestantes en la comunidad para asistir al control del embarazo y parto institucionalizado. El estudio de caso con las técnicas de la entrevista y la revisión documental aportarán a realizar el análisis y obtener resultados aplicables sobre todo al caso estudiado, y en cierta medida a otros casos con características y

condiciones similares. La radio como medio de comunicación social en muchos lugares de la zona rural, es un aliado estratégico para transmitir información, fortalecer conocimientos y para promover cambios de comportamientos para mejorar la salud. La radio, por su contribución e importancia, en la generación de cambios, debe ser considerado en la gerencia social como una herramienta indispensable para el desarrollo de los pueblos. El rol gravitante que ha tenido Chami Radio en la reducción de la mortalidad materna en la provincia de Otuzco en La Libertad, ha demostrado que es un actor social clave en esta localidad, y dadas sus características como radio educativa y comunitaria, contribuyó a mejorar este gran problema de salud. Por ello a los integrantes de Chami Radio se les recomienda poner mayor énfasis en sus procesos de planificación, de modo que las acciones en favor del cambio social que buscan, sean sostenibles, permanentes y articuladas. La recomendación a las autoridades de salud, es para incorporar a la radio como una herramienta de prevención y promoción de la salud, particularmente en la zona rural.

Bendezú, B. (2015) Rol de la radio local en el proceso de participación ciudadana en el distrito de Ayacucho - 2015

El presente trabajo de investigación se desarrolló a partir de la siguiente pregunta: ¿Cómo intervienen los noticieros radiales en la participación ciudadana en el distrito de Ayacucho de la provincia de Huamanga? Tomamos como variable interviniente el proceso de descentralización que constituye una forma de organización democrática de la sociedad contemporánea. En este sentido, la presente investigación tuvo como objeto de estudio "el rol de los noticieros radiales en el proceso de

participación ciudadana". Asimismo, se identificaron distintas formas de participación que se difunden a través de medios de comunicación radial; también, se definieron algunas particularidades o estilos con los que la prensa local aborda el citado problema. Finalmente, nos aproximamos a establecer cierta incidencia política de las autoridades públicas en la difusión de temas vinculados a la participación ciudadana, temas que se relacionan con un "Estado unitario y descentralizado al servicio del ciudadano" con una "visión de evaluación", "rendición de cuentas y de transparencia". La investigación fue de nivel básico, de profundidad descriptiva y de carácter cualitativo. En consecuencia, se obtuvo como resultados que los noticieros radiales no contribuyen de manera significativa en el proceso de participación ciudadana debido a distintos factores sociales, políticos e ideológicos, a los que se suma la escasa difusión de parte de los medios de comunicación local, específicamente las emisoras radiales.

Alvarado, K. (2013) Proyecto de sensibilización de la población de Piura La vieja para la revalorización de su yacimiento arqueológico.

La finalidad de la investigación es conseguir que la población de Piura La Vieja (PLV) se identifique con su patrimonio y genere actividades para su difusión, de tal modo que éste se convierta en motor de desarrollo para sus vidas. Para esto, se utilizará una metodología centrada en el proceso enseñanza-aprendizaje. El estudio concluye que la gestión del yacimiento arqueológico de PLV pretende conservar la integridad del bien patrimonial, como fuente de identidad local. Además, va a generar nuevas fuentes de desarrollo socioeconómico para la comunidad, como alternativa a los ya existentes (agricultura y ganadería).

2.2. Bases teóricas científicas.

Para el siguiente trabajo de investigación, se ha considerado analizar diversas teorías de comunicación abordadas desde la perspectiva de los *mass media* (medios de comunicación) y su estrecha relación con la audiencia, ya que para los fines que persigue esta investigación, es necesario entender de qué forma los medios de comunicación, concretamente las emisoras radiales llegan a influir en la masa social.

En concreto, partimos de la premisa de que la comunicación como acción social, es un proceso complejo para el ser humano, dado que, independientemente de los mensajes que transmita un emisor (entiéndase un medio radial) a un receptor (entiéndase por este a la audiencia) siempre habrá un relativo consenso frente a un mensaje o posición determinada del primero al segundo actor. Esto genera que no exista una posición 100 % validada por un grupo de masa, ya que cada miembro de esta piensa, reflexiona, razona, percibe, actúa, rechaza de una forma similar y, en muchos casos, distinta. Nunca iguales, dado que ninguna persona es igual.

De este escenario radica su complejidad. Frente a esta situación, según el grupo del trabajo, considera que especialmente la radio tiene un rol fundamental y recíproco que, como medio de comunicación masivo, llega a concientizar a toda audiencia, generando en estos distintos niveles de recepción al mensaje. Unos más concientizados; otros, no tanto. Por ende, se procederá a citar las siguientes

2.2.1. Teoría de la comunicación humana

Del autor Paul Watzlawick como obra organizadora del pensamiento sobre la dimensión interpersonal de la comunicación, se puede destacar la

postura constructivista y sistémica ya que, según la obra, el ser humano entra en un proceso de relacionamiento abierto de interacciones, inscritas siempre en un contexto específico. Desde el enfoque sistémico de la comunicación, puede ser definida como un conjunto de elementos en interacción en donde toda modificación de uno de ellos afecta las relaciones entre los otros elementos (Rizo García, 2011). Esta afirmación alude a un sistema en donde distintos elementos se relacionan e interactúan entre sí. De allí parte el hecho de que dicho sistema tenga por característica que sea abierto de interacciones.

Esta misma totalidad, Rizo García (2011) refiere que está basada en que las partes de un sistema está relacionada de tal modo con las otras que generan un cambio entre ella, provocando un cambio en todas las demás, por consecuencia, en el sistema en sí.

En efecto, desde los años de la primera y segunda guerra mundial, los medios de comunicación tomaron un rol más centrado en su potencial y accionar de difusión. Este predominio, hasta cierto punto, ha destacado más que el dialogo existencial entre seres humanos; a la capacidad de reflexionar por sí mismo. Sin embargo, con el tiempo, y el auge de lo digital, ha pasado a ser una interacción reciproca en el que el usuario de hoy ha pasado a ser un prosumidor (aquella persona que no solo consume contenido, sino también cumple el rol de producir su contenido propio) y no tanto un consumidor.

Lo anteriormente mencionado se adiciona el hecho de que según Watzlawick, Beavin y Jackson (1971), es imposible no comunicar, por lo que, en un sistema dado, todo comportamiento de un miembro tiene un valor de mensaje para los demás (como se citó en Rizo García, 2011).

Este axioma marca el inicio para comprender que la comunicación no es solo la emisión de mensajes y su respectiva codificación y decodificación, sino que suscita algo más complejo, y que, en líneas con el autor, debe pensarse desde un enfoque más sistémico, a partir del concepto de intercambio.

2.2.2. Teoría de la aguja hipodérmica

Siguiendo con la línea de las teorías de la comunicación que forman parte básica de este trabajo de investigación, situada entre los comienzos del siglo XX y los años treinta, por aquel entonces era muy relevante el estudio acerca de los efectos que generaban los medios de comunicación de masas sobre las audiencias. Es aquí cuando nace todo el modelo hipodérmico, cuyo peso recae en la fragilidad de una audiencia que espera recibir los mensajes frente a los medios de comunicación poderosos que llegaban a influir considerablemente en estos. Como indica D Adamo en aquellos tiempos dominaba la idea de que el comportamiento humano estaba regido por mecanismos biológicos heredados, dispositivos emocionales e irracionales que estaban presentes en la mente de los ciudadanos (Álvarez Gálvez, 2012). En efecto, se les consideraba a los individuos como personas débiles y fáciles de persuadir. Fue un escenario en donde el poder de la propaganda tomo una relevancia abrumadora.

Considerando las ideas más relevantes a esta teoría, y que nos lleva a plantearlos a la investigación, se encontraba el hecho de que, desde la postura o estudio de este modelo, era posible crear un estímulo, un mensaje tan fuerte que se “inyecte” en el blanco. Esto a causa de que entre el emisor y el receptor existía una relación directa de causa-efecto, ya que, en este contexto, la masa,

constituida por individuos juntos, pero que están separados, no cuentan con la capacidad de captar los mensajes que proceden del emisor de manera invisible, haciendo que adolezcan de esa propia capacidad de discernir y solamente recepcionar ante los mensajes lanzados por los *mass media*.

En conclusión, los mensajes son recibidos por el receptor de manera uniforme, suscitando estímulos de manera inmediata. Este tipo de modelos es una muestra que las *mass media* en la actualidad aún tiene cierta preponderancia en lo que concierne a esta teoría con la audiencia hasta la fecha, aunque claro que las formas han cambiado considerablemente.

2.2.3. Teoría de los efectos limitados

Hasta el momento, se ha analizado la importancia que tiene el modelo hipodérmico. Sin embargo, la teoría de los efectos limitados, propuesta por Paul Lazarsfeld, en un contexto de los años 30 concretamente, y con el paulatino aumento de la investigación empírica sobre la influencia de los media en las audiencias, las bases del modelo hipodérmico comenzaron a ser puestas en duda, siendo una de las premisas fundamentales la disposición que algunas personas presentaban hacia el intercambio informal de ideas más que hacia el propio uso directo de los medios de comunicación. En efecto, la investigación empírica en torno a la base del estudio de los efectos, en ese contexto, no tardó en demostrar que este paradigma de efectos todopoderosos por parte del modelo hipodérmico no se ajustaba necesariamente a la realidad (Alonso Marcos, 2010).

Además, Alonso Marcos (2010) señala:

“La audiencia se mostraba intratable. Las personas decidían ellas solas si ponerse a la escucha o no. E incluso cuando escuchaban, la

comunicación podía resultar carente de efectos o de efectos opuestos a los previstos. Progresivamente, los estudios debieron desplazar su atención sobre la audiencia para comprender a los sujetos el contexto que la integraban”.

Entonces, la premisa principal de la teoría de los efectos limitados menciona que la sociedad tiene la capacidad de seleccionar los mensajes que los medios emiten. Por tanto, esta selección estaría sometida a los hábitos de percepción y recepción de cada individuo. Para los objetivos de persigue esta investigación, es importante entender que los individuos, conforme pasan los años y van adquiriendo mayor relevancia la forma en cómo perciben la realidad, estos mismos van a tomar un mayor control acerca de todo lo que perciben y dejan de percibir, esto llevando a en realidad si son lo suficientemente concientizados respecto a alguna situación o problema en concreto.

2.3. Definición de términos conceptuales.

2.3.1. La radio como agente de cambio para la sociedad

En muchos escenarios, se habla del rol que tiene la radio como agente de cambio. También lo llaman radios comunitarias. Radios son orientadas a generar una mayor participación entre la población proporcionándoles educación, información y entretenimiento. Según el informe Mundial “Repensar las políticas culturales” elaborado por la UNESCO (2018), ver televisión y escuchar la radio siguen siendo actividades culturales comunes tanto en los países desarrollados como en desarrollo.

La cultura es inherente al ser humano; por ende, inherente al comportamiento, entendimiento, reciprocidad de convivencia y adopción de

nuevos patrones de comportamiento. Esto nos lleva a pensar en los elementos antes descritos en donde centra la radio su foco: educar, informar y entretener.

Por el lado de la educación, se plantea que el uso de las TIC, entre ellas una de las más antigua, la radio, constituye un elemento de primer orden para la adquisición, extrapolación, transferencia y aplicación de nuevos saberes, tanto en el aula de clases como en la propia cotidianidad. Del mismo modo, la radio no solo se centra en el entretenimiento e información sino en darle las herramientas suficientes a los oyentes para que puedan aprender, reflexionar, discernir y muchas más acciones vinculado a la cotidianidad, llegando a que una persona pueda modificar sus propias creencias respecto a la misma vida (Cobo & Torres, 2016).

Por otra parte, respecto al aspecto de información, es la que más masiva tiene el impacto y la llegada a zonas en donde otros *mass media* no llegan, siendo esta mucho más penetrante y asequible, en comparación del internet, pudiendo contribuir de una forma eficiente a sus oyentes en base a la interactividad y participación del mismo (Girard, 2000).

Por último, no cabe duda de que, en la actualidad, el medio radiofónico es, además de información, entretenimiento. Sin embargo, al margen de su enfoque informativo, centra sus esfuerzos en captar la atención del oyente, quien, a desmedro del primero, cercano muchas veces a esa sensación de escuchar noticias negativas, encuentra en este un espacio de relajación, de distracción y des estrés (Conde, 2008).

Sin embargo, ¿puede su propio formato o enfoque adecuarse a un fin más social, que permita generar un cambio positivo en la sociedad? Considerando a la radio como una herramienta para el desarrollo, Zuñiga &

Grattan (2017) señalan que la radio comunitaria trabaja en beneficio de las personas de la comunidad no solo proporcionando programas y servicios de información, educación y entretenimiento, sino además representando los intereses de la propia comunidad ante el Estado y los espacios de poder.

2.3.2. Concientización de la población

Hablar de la concientización de la población es entender que dentro del proceso de emisor-mensaje-receptor no solamente basta con saber diferenciar que rol cumple cada uno y de qué forma interfieren los actores dentro del proceso. Va más allá que eso.

En este contexto, para el desarrollo de una mayor profundización de los mensajes recibidos por la audiencia parte, en un entorno más de carácter social, que los medios para el cambio, concretamente la radio, se definen por sus objetivos educativos, finalidad social y participación comunitaria en la gestión de los procesos comunicacionales.

En línea del comunicólogo boliviano Luis Ramiro Beltrán en el año 2007, democratizar la comunicación, tanto en el concepto como en la práctica, implica construir alternativas coexistentes de procesos y formas de comunicación horizontal/democrática frente a los de comunicación vertical/antidemocrática, lo que de ninguna manera implica concebir la comunicación como una cuestión técnica/tecnológica o meramente instrumental que esté aislada de la estructura económica, política y cultural de la sociedad, es decir, del juego del poder. Es, más bien, y, ante todo, un proceso social fundamental, una necesidad humana básica, pilar imprescindible de toda organización social, y por supuesto, un asunto político y un derecho fundamental (De La Noval, 2018).

En este contexto referido al proceso de democratización de la comunicación que menciona Beltrán, es necesario considerar que si una sociedad, población, comunidad, grupo de individuos, entre otros esté más concientizada se alcanzará este empoderamiento ciudadano, previamente haya sido concientizado frente a alguna problemática en común.

2.4. Enfoque filosófico – epistémico

Considerando que el enfoque epistemológico está relacionado con la naturaleza del conocimiento científico, siendo éste el que nos permitirá acceder y generar conocimiento del conocimiento para luego comprobar la hipótesis planteada, se aplicó el empirista-inductivo, el cual el conocimiento es un acto de descubrimiento, porque estamos analizando un fenómeno en particular. Esto permitirá evaluar los problemas y abordar de una mejor forma la naturaleza de la problemática en general.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

La investigación es de tipo básica.

3.2. Nivel de investigación

El nivel de investigación es exploratorio, porque involucra una aproximación al problema en cuestión. No se pretende alcanzar grandes niveles de perfeccionamiento, sino más bien de encontrar pautas o características para llegar a una explicación.

3.3. Característica de la investigación

De las características más importantes de la investigación, podemos mencionar que es procedimental, porque cumple con un proceso iniciando con una idea, siguiendo una premisa y llegando a una meta; sistemática, porque sigue un orden; estructurada, porque cada parte está relacionada entre sí e

interconectada, porque busca generar un conocimiento propio en su campo de acción.

3.4. Método de investigación

La investigación corresponde a un enfoque cualitativo

3.5. Diseño de investigación

La investigación es de diseño No Experimental en sus variantes descriptivo y exploratorio

3.6. Procedimiento del muestreo

La población está conformada por un aproximado de 15 a 30 oyentes regulares que escuchan emisoras radiales y que viven en la zona de Chaupimarca.

La muestra la integran de 10 a 12 oyentes como máximo que viven en la zona de Chaupimarca, Cerro de Pasco, en la actualidad y que en algún momento escucharon Radio Universitaria.

3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Se optó por la técnica del focus group, utilizando como instrumento una guía de preguntas de carácter abierto semi estructurado.

Para elaborar la guía de preguntas se tomó en cuenta las categorías de la investigación.

3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Los datos fueron sometidos a un análisis de la información obtenida a raíz del focus group realizado. Se analizó la información obtenida segmentando la información por dimensiones.

3.9. Orientación ética

Respeto a la confidencialidad. Se reservó la identidad de las personas que participaron del focus group.

Respeto a la propiedad intelectual. Las citas y referencias se realizaron de acuerdo a las normas de la última edición de la APA 7ma edición.

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación, análisis e interpretación de resultados

Hallazgos:

Tema 1. Introducción

Resultados:

De los 12 oyentes presentes en el *focus group*, todos escuchan la radio de forma periódica, siendo radio Cooperación y radio Altura las emisoras con mayor nivel de sintonización, a nivel local, mientras radio RPP fue la más mencionada a nivel nacional. Algunos indicaron que escuchan programas radiales como Abre los ojos, bajo la conducción de Carmen Aira y Opinión con Ciro Carranza.

Por otra parte, todos coincidieron en que al comienzo de la pandemia se escuchaban todo tipo de noticias acerca de la crisis sanitaria que vivía el país. Desde las medidas de prevención, el número de contagios o fallecidos,

recomendaciones para afrontar la pandemia, campañas de vacunación, uso de mascarillas, entre otros. En la actualidad, también afirmaron todos que las noticias que giraban en torno a la pandemia habían disminuido. Sí recalcaron que los mensajes preventivos respecto al contagio del COVID-19 fue uno de los temas más abordados por los medios radiales. Esto permitió que todos conocieran los distintos protocolos de bio seguridad para evitar el contagio en nuestro entorno, enfatizando el uso de mascarilla, lavado de manos y el distanciamiento como las medidas más interiorizadas por parte de los oyentes.

Del mismo modo, todos afirmaron que estas medidas de prevención las aprendieron debido a la información transmitida por medios radiales, televisivos y folletos recibidos en algunos centros o zonas de su localidad. En el caso de las instituciones que consideran que deben apoyar para disminuir los casos de contagio, gran parte de los oyentes mencionaron que el problema debía de abordarse a nivel multisectorial, en el que intervengan las entidades relacionadas al sector salud, gobiernos regionales, municipalidades, distritales, entre otros. Entre ellos, mencionaron al Minsa, Centro de Emergencia de la Mujer, policía nacional, gobierno regional de la localidad y municipalidad provincial, entre otros.

Tema 2. Categoría educativa:

Resultados:

De los 10 oyentes presentes en el *focus group*, todos han aprendido acerca de las distintas campañas de prevención y cuidado frente a la COVID-19, especialmente la del uso correcto de las mascarillas y lavado de manos. Del mismo modo, la apreciación en torno a dichas campañas de prevención y cuidados han tenido una aceptación bastante positiva para los entrevistados,

aunque algunos expresaron críticas constructivas, como por ejemplo el hecho de que al principio estas campañas abarcaron mucho a los pueblos lejanos. Solo se centraban en los distritos aledaños.

Tema 3. Categoría social:

Resultados:

De los 9 oyentes presentes en el *focus group*, todos escuchan constantemente la radio, especialmente programas de noticias. Al respecto, comentan que la información acerca del COVID-19, a raíz de que el Gobierno haya oficializado el fin del estado de emergencia, ha disminuido en los últimos meses, incidiendo que la cobertura frente a este tipo de hechos se está dejando a un lado.

En referencia a si la información transmitida por la radio acerca de la COVID-19 es buena o mala, muchos argumentaron fue buena, sobre todo porque se centraba mucho en la prevención como mecanismo de defensa frente a la pandemia; no obstante, otros consideraron que, al ser información que constantemente transmitía datos acerca de cifras de contagios o muertes, les generaba mucho estrés o temor a ser contagiados, puntualmente cuando lo escuchaban personas de tercera edad.

Tema 4. Categoría de entretenimiento:

Resultados:

De los 10 oyentes presentes en el *focus group*, a casi todos les ha parecido positiva las campañas realizadas por el Gobierno en torno a la prevención y cuidados que debemos de tener frente a la COVID-19, aunque algunos indicaron que ha sido desordenada, a destiempo y con muchos

contratiempos, sobre todo por la distribución de las vacunas y al momento de llegar a las regiones, siendo las provincias y distritos lejanos los más perjudicados. Otros expresaron que las campañas no abarcaban todos los sectores socioeconómicos.

Respecto a las campañas de Vacunaton que se han difundido por las radios para que más personas acudan a vacunarse, casi todos han coincidido en la eficacia del medio radial para convocar a la mayor posible cantidad de gente a que acudan a los centros autorizados para vacunarse, calificando este llamado de forma positiva y destacable, a pesar de la conglomeración de gente que hubo en dichos centros.

Tema 5. Sensibilización:

Resultados:

De los 10 oyentes presentes en el *focus group*, todos son conscientes de que la radio puede influir en el comportamiento de las personas. Entre las razones por las cuales consideran tal hecho, algunos oyentes expresaron que el comunicador social no solo tiene que informar, sino educar a la población, emitiendo una opinión contrastada con los hechos y el contexto en donde se emita la información. Esto permite que los oyentes puedan generarse una opinión positiva o negativa al respecto. En resumen, la radio ha permitido que llegue la información a toda la población, pudiendo éste acatar las indicaciones que el gobierno ha establecido para enfrentar esta pandemia. En efecto, todos coincidieron en catalogar a la radio como un agente de cambio activo en esta pandemia sumado también al apoyo de otros medios de comunicación.

4.1.1. Análisis e interpretación de resultados:

En relación a la frecuencia en que escuchan los oyentes, la radio forma parte de su rutina de actividad diaria al estar constantemente sintonizando las distintas emisoras radiales que existen en la localidad. En ese sentido, partiendo de la premisa de que la comunicación como acción social es un proceso complejo para el ser humano, debido a las diversas interpretaciones que puede tener la audiencia (receptor) frente a los constantes mensajes transmitidos por la emisora radial (emisor). Esto conlleva a, de alguna u otra forma, la audiencia tenga la suficiente capacidad para pensar, reflexionar, percibir, discernir y actuar, dependiendo de su propio sistema de valores al momento de analizar un determinado mensaje. De este escenario radica su complejidad.

Esta presencia relevante que la radio ha tenido en los oyentes, y su respectiva transmisión de mensajes, ha llevado a que, en este tipo de situación de pandemia, hayan aprendido los distintos protocolos para evitar contagiarse, sumado a los constantes mensajes de prevención frente a la COVID-19, enfatizando el uso de mascarilla, lavado de manos y el distanciamiento como las medidas más interiorizadas por los oyentes. Este caso permite entender la teoría de la comunicación humana, del autor Paul Watzlawick, ya que, según la obra, el ser humano entra en un proceso de relacionamiento abierto de interacciones, inscritas siempre en un contexto específico.

En esa línea, Rizo García (2011) refiere que este proceso está basado en que las partes de un sistema esté relacionada de tal modo con las que las otras generan un cambio entre ella, asimismo, provocando un cambio en todas las demás, por consecuencia en el sistema en sí. Este cambio se evidencia a

raíz de las campañas de prevención y cuidado frente a la COVID-19 y cómo se ha generado un cambio en cuanto a su higiene personal por parte de los oyentes. De la misma forma, este cambio también ha incidido en la actitud que han tenido estos frente a la pandemia, ya sea en beneficio o perjuicio para la propia persona.

Lo anteriormente mencionado se adiciona el hecho de que según Watzlawick, Beavin y Jackson (1971), es imposible no comunicar, por lo que, en un sistema dado, todo comportamiento de un miembro tiene un valor de mensaje para los demás (como se citó en Rizo García, 2011). Esto comportamiento ha radicado en la forma de entender la pandemia y qué acción asumía cada persona al respecto.

Por otro lado, en relación a la teoría de la aguja hipodérmica, basada en el hecho de que este estudio recae en los efectos que generaban los medios de comunicación de masas sobre las audiencias, es clave mencionarlo, puesto que, en este tipo de situaciones de emergencia sanitaria, los mensajes por parte de las emisoras radiales calaban mucho más en la población, como bien lo demuestra los hallazgos recopilados. A modo de “inyección”, ya sea para generar alarma a modo de prevención y cuidado, como, al mismo tiempo, generar temor o pavor en relación a las cifras de contagiados y fallecidos, es pertinente mencionar este tipo de teorías para entender de mejor forma el proceso de persuadir a la audiencia, generando una relación directa de causa-efecto.

Respecto a la teoría de los efectos limitados, en contraste con la teoría anterior, su premisa principal era que la sociedad tiene la capacidad de seleccionar los mensajes que los medios emiten. Por tanto, esta selección

estaría sometida a los hábitos de percepción y recepción de cada individuo. Al respecto, si bien los distintos mensajes en torno a la prevención y protocolos de sanidad difundidos por los medios radiales han tenido bastante impacto en la población, dentro de los hallazgos algunos expresaron que no necesariamente eran eficaces, debido a que no todos llegaban a recibir los mensajes, ya sea por un problema geográfico o por el simple hecho de que hacían caso omiso a los medios radiales. Cada quien percibe o no los mensajes que desea interiorizar o rechazar, acorde a su postura y sistema de valores.

En cuanto a la radio como agente de cambio para la sociedad, de forma unánime todos consideraron que la radio cumple un rol clave en la sociedad, más aún en las poblaciones más lejanas. No por nada, según el informe Mundial “Re pensar las políticas culturales” elaborado por la UNESCO (2018), ver televisión y escuchar la radio siguen siendo actividades culturales comunes tanto en los países desarrollados como en desarrollo. La radio, por su naturaleza propia de tener mucho alcance y pueda adaptarse a todo tipo de contenido para educar, informar y entretener, destaca como uno de los medios masivos más importantes hasta la fecha.

Por otra parte, respecto al aspecto de información, es la que más masiva tiene el impacto y la llegada a zonas en donde otros *mass media* no llegan, siendo esta mucho más penetrante y asequible, en comparación del internet, pudiendo contribuir de una forma eficiente a sus oyentes en base a la interactividad y participación del mismo (Girard, 2000). En efecto, tal y cual indican los hallazgos recogidos, la radio sigue teniendo mucha presencia en las zonas más lejanas de nuestro país.

Por último, en lo concerniente a la concientización de la población, la radio tiene mucho potencial, aún más social, de llegar a una gran audiencia para desarrollar ciertos procesos de cambio, definidos por sus objetivos educativos, sociales, culturales y de entretenimiento, en el que la participación comunitaria marcará la incidencia del mismo para el propio cambio. En este contexto, mencionando a Beltrán, es necesario considerar que si una sociedad, población, comunidad, grupo de individuos, entre otros esté más concientizada se alcanzará este empoderamiento ciudadano, previamente haya sido concientizado frente a alguna problemática en común.

4.2. Discusión de resultados

De acuerdo al estudio de Tello A. (2010), en el que plantea una investigación sobre la radio como herramienta de cambio, basado en entrevistas a promotores de radios alternativas de Latinoamérica, entre sus conclusiones señala que el periodismo es un ejercicio complicado, porque ello implica leer, investigar, entrevistar, redactar; desafiar al universo de normas escritas y no escritas. En este contexto al ser las emisoras radiales fuentes de difusión de información, el rol que cumple la radio como agente activo de cambio social adquiere un valor relevante para nuestra sociedad, más aún en situaciones de emergencia como la que vivimos producto de la pandemia.

Otro estudio, el de Buendía A. y Pino J. C. (2008), cuyo título de investigación es la “Radio local, opinión pública y participación ciudadana”, señala como una de sus conclusiones que las emisoras radiales locales, habitualmente, se crean dentro de procesos de emprendimiento de desarrollo o desde operaciones motivadas por la misma comunidad, enfatizando el hecho de que los medios de comunicación son determinantes piezas dinámicas de la

industria cultural y un elemento clave de la organización de la población y su política. Esta investigación lleva a pensar que las radios locales o impulsadas por la zona pueden llegar a desarrollar una mayor incidencia en las personas, la cual podría convertirse en un agente clave dentro de su ciudad, estando a la par de las políticas públicas establecidas.

El estudio de Miranda N. (2018) Rol de la radio en la reducción de la mortalidad materna en la zona rural. El caso de Chami Radio en la provincia de Otuzco- La Libertad. 2011-2012 fue un caso también importante a analizar, dado que uno de sus objetivos fue contribuir a la reducción de muertes maternas, siendo clave su importancia en la generación de cambios. Esto conllevó a que deba ser considerado en la gerencia social como una herramienta indispensable para el desarrollo de los pueblos. En relación a nuestra investigación, muchos de los oyentes expresaron que la radio sí cumplía como un agente activo de cambio, sobre todo, a nivel educativo, ya que durante la pandemia se desarrollaron muchas campañas de concientización, prevención y vacunación. Esto conllevó a seguir una serie de protocolos que la población interiorizó de forma óptima. En efecto, este tipo de casos evidencia el potencial que tiene la radio como agente activo de cambio social.

CONCLUSIONES

Primera: La radio influyó de manera significativa en la concientización de la población de Chaupimarca frente a la COVID-19, siendo el medio radial de información de mayor predilección de dicha población.

Segundo: En la pandemia, los oyentes no diferenciaron los formatos educativos, sin embargo, sí son conscientes que la radio, por su naturaleza, tiene mucho potencial para educar y generar comportamientos de cambios, tal cual lo sucedido en Chaupimarca frente a la COVID-19.

Tercero: Los programas informativos en la radio han sido determinantes al momento de informar a la población, sobre todo cuando se daba a conocer diariamente las cifras estadísticas de los contagios y muertes a nivel nacional y local. Por consecuencia, esta experiencia ha generado una concientización en la audiencia para que asuma una postura preventiva de cambio frente al COVID-19.

Cuarto: La radio desempeñó un rol importante como agente de cambio en la concientización de la población de Chaupimarca frente al COVID-19.

RECOMENDACIONES

Primera: La experiencia vivida en la pandemia nos ha enseñado que la comunicación e información efectiva a través de los medios de comunicación son claves para generar actitudes preventivas en la población frente a cualquier amenaza, en el caso de Chaupimarca la radio desempeñó un papel importante en la concientización frente al contagio del COVID-19; por ello, las autoridades de la localidad deben contemplar siempre, dentro de sus planes de desarrollo, a la radio como un medio estratégico.

Segunda: Las instituciones como la Facultad de Ciencias de la Comunicación y el Colegio de Periodistas de Pasco deben promover capacitaciones y actualizaciones para los comunicadores que trabajan en la radio en Cerro de Pasco, con la finalidad de concientizarlos sobre la importancia del rol que desempeñan como agentes de cambio en la población.

Tercera: Las radios locales deben tener un espacio integrado por estudiantes universitarios en el que se les permita poner en práctica sus conocimientos para contribuir al desarrollo de su formación. De esta forma, se generará un mayor empoderamiento universitario para el beneficio de la localidad.

Cuarto: Para los planes de comunicación a realizarse en Cerro de Pasco, tomar en cuenta los resultados de la presente investigación que se consolida lo señalado por Beltrán (2017), es necesario considerar que si una sociedad, población, comunidad, grupo de individuos, entre otros esté más concientizada se alcanzará este empoderamiento ciudadano, previamente haya sido concientizado frente a alguna problemática en común.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarado K. (2013) *Proyecto de sensibilización de la población de Piura La vieja para la revalorización de su yacimiento arqueológico*. (Tesis de pregrado. Universidad de Piura, Facultad de Humanidades P.A. Historia y Gestión Cultural) <https://hdl.handle.net/11042/2332>
- Álvarez Gálvez, J. (2012). *Modelos teóricos sobre los efectos de los medios de comunicación de masas*.
<https://eprints.ucm.es/id/eprint/45089/1/doc%20trab%202.pdf>
- Alonso Marcos, F. (2010). *La evolución de la teoría de los efectos de los medios de comunicación de masas: la teoría de la espiral del silencio a partir de la construcción de la realidad social por parte de los medios de comunicación de masas*. <https://repositori.upf.edu/handle/10230/11292>
- Bayona, C. (2016) *Programa de sensibilización para la formación de la conciencia ambiental de los niños y niñas del cuarto grado "D" de educación primaria de la Institución Educativa "Inmaculada Concepción de Chiclayo" en el año 2014*. (Tesis de grado. Universidad Cesar Vallejo UCV)
- Bendezú, B. (2015) *Rol de la radio local en el proceso de participación ciudadana en el distrito de Ayacucho – 2015*. (Tesis de pregrado. Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga UNSCH). <http://repositorio.unsch.edu.pe/handle/UNSCH/2908>

Buendía A., Pino, J. C. (2008). *Radio local, opinión pública y participación ciudadana.*

Revista Signo y Pensamiento [en línea]. 2008, XXVII (52), 84-96[fecha de

Consulta 28 de Julio de 2020]. ISSN: 0120-4823.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86005206>

Cobo, J., & Torres, P. (2016). *La radio como recurso didáctico para la formación*

integral de los estudiantes de Educación Secundaria. Educ@ción en Contexto,

2, 313-328. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6296675>

Conde, M. J. G. (2008). *La radio entre la información y el entretenimiento. Radio 10 y*

Cadena SER. Revista de la SEECI, 11(15), 14-29.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4158623>

De la Noval Bautista, Luis Alain. (2018). *La radio comunitaria en función del*

desarrollo. Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América

Latina , 6(2), 52-64. Consulta: 17 de septiembre de 2021,

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-

[01322018000200004&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322018000200004&lng=es&tlng=es)

Girard, B. (2000). La radio no está amenazada por internet. *Chasqui. Revista*

Latinoamericana de Comunicación, 0(70).

doi:<https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i70.1354>

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

(2018). *Colombia: la radio comunitaria como agente de cambio.*

<https://es.unesco.org/creativity/news/colombia-radio-comunitaria-como-agente-de-cambio>

Miranda N. (2018) *Rol de la radio en la reducción de la mortalidad materna en la zona rural. El caso de Chami Radio en la provincia de Otuzco- La Libertad. 2011-2012.* (Tesis de maestría en Gerencia Social, Pontificia Universidad Católica del Perú). <http://hdl.handle.net/20.500.12404/12900>

Rizo García, Marta (2011). Reseña de "Teoría de la comunicación humana" de Paul Watzlawick. *Razón y Palabra*, (75), ISSN.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199518706028>

Tello, A. (2010). Tesis Licenciatura: *La Radio como Herramienta de Cambio. Entrevistas a Promotores de Radios Alternativas.*
https://ru.dgb.unam.mx/handle/DGB_UNAM/TES01000663088

Villate, C. (2013). *Tesis Postgrado: Aproximaciones al uso de TICs para el cambio social en radios comunitarias de Colombia y Chile.*
<http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/116053>

Zuñiga, D. G., & Grattan, S. J. (2017). *Papel de las radios comunitarias en el proceso de consolidación de la paz en Colombia.* Humanidades digitales, diálogo de saberes y prácticas colaborativas en red. Colombia: Cátedra UNESCO de comunicación.
https://www.javeriana.edu.co/unesco/humanidadesDigitales/ponencias/pdf/IV_24.pdf

ANEXO

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

GUIA DE PREGUNTAS A LOS OYENTES RADIALES PARA EL FOCUS

GROUP

Gracias por la información que nos va a proporcionar, usted está contribuyendo al ámbito académico, pues los resultados servirán de mucho para reorientar las estrategias establecidas por las emisoras radiales que transmiten su programación en Chaupimarca.

Preguntas de introducción:

- ¿Qué radio escucha?
- ¿Qué programas escuchas?
- ¿Qué ha escuchado por la radio acerca de la crisis sanitaria que vive el país?
- ¿En la radio ha escuchado mensajes preventivos respecto al contagio del COVID-19?
- ¿Conoce los protocolos de seguridad para no contagiarse del COVID-19?
- ¿En su hogar quien siempre enciende la radio para escuchar?
- ¿Qué prevenciones toma cuando sale de casa?
- ¿Las medidas de prevención contra el COVID-19 cómo los aprendió?
- ¿Qué instituciones considera que deben apoyar para disminuir los casos de contagio?

Categoría educativa

1. ¿Ha cambiado su actuar o ha aprendido algo acerca de campañas de prevención y cuidado frente a la COVID-19?

2. ¿Qué tal le han parecido estas campañas de prevención y cuidado frente a la COVID-19?

Categoría social

3. ¿Escucha mucha noticia por la radio acerca de la COVID-19? ¿Qué le parece la información que transmite la radio acerca de la COVID-19?
4. ¿Considera que toda la información transmitida por la radio acerca de la COVID-19 es buena o mala?

Categoría de entretenimiento

5. ¿Qué tal le han parecido las campañas realizadas por el gobierno en torno a la prevención y cuidado que debemos tener frente al COVID-19?
6. ¿Cómo calificaría usted las campañas de Vacunaton que se han difundido por las radios para que más personas acudan a vacunarse?

Sensibilización

7. ¿Es consciente de que la radio puede influir en el comportamiento de las personas? ¿Por qué?
8. ¿Cree usted que gracias a la radio ha acatado todas las indicaciones que el gobierno ha establecido para enfrentar esta pandemia?
9. ¿Considera usted a la radio como un agente de cambio activo en esta pandemia?

TRANSCRIPCIÓN DE AUDIO A TEXTO DEL FOCUS GROUP

Tema 1. Introducción

Alexander Álvarez: Aquí en Pasco escucho radio Corporación. A nivel nacional, RPP. Escucho más programas noticiosos, los que transmiten al medio día y por la mañana. Al inicio de la pandemia, todos sabemos que la información sobre el Covid 19, el incremento era demasiado. Nos informaban acerca de prevención y

medidas que debemos de tomar. En la radio sí he escuchado mensajes preventivos. Nos orientaban acerca del uso de las mascarillas. Y estar al día con nuestras vacunas Sí conozco los protocolos de seguridad para no contagiarse como el uso de mascarillas, tomar distancia de las personas, etc. En mi hogar yo mismo o esposa enciende la radio. Las prevenciones que tomo al salir de casa es tener mucho cuidado en la movilidad, uso de mascarillas, lavado de manos. Yo aprendí dichas medidas a través de los programas de noticieros tanto televisivos como radiales. Las instituciones que considero que deben apoyar para disminuir los contagios pues las instituciones de salud y los medios radiales para informar a la población.

Yessenia Lino: Escucho radio Corporación o Altura. En Altura escucho Abre los ojos. Hace último escuche la OMS había dictaminado que estaría llegando a su fin la emergencia sanitaria que en los últimos meses se estaría sacando las restricciones, sobre todo las mascarillas en lugares públicos. La OMS está retirando muchas de las medidas que se habían dado como el distanciamiento poco a poco. Sí conozco los protocolos de seguridad para no contagiarse, consciente yendo por bus o carro. Gracias a los medios de comunicación nos hemos informado. Si he escuchado bastantes mensajes preventivos, teniendo de aliados a la radio o tv. En mi hogar quien se levanta primero es el que prende la radio. Yo generalmente lo prendo, sino mi esposo. Las prevenciones que tomo al salir es usar mascarillas y distanciamiento. Yo aprendí dichas medidas a través de la radio, escuchando. Las instituciones que considero que deben apoyar para disminuir los contagios pues las instituciones de salud, especialmente la Diresa. En general, todos.

Marco Antonio Quispe: Escucho radio Altura. Escucho Abre los Ojos de Altura. Yo he escuchado por la radio acerca de la crisis que la cantidad de casos están disminuyendo. Están tomando las medidas por el Minsa, sobre todo que la gente se esté vacunando. Básicamente, he escuchado que las restricciones se han levantado. Que el uso de mascarillas es obligatorio en centros de salud. Sobre todo, la vacuna. Sí conozco de los protocolos de seguridad. Si alguna persona esta con cuadro respiratorio que use mascarilla, porque puede tener un tipo de infección. Si es que los demás ven que esta alguien con cuadro respiratorio ayudarlo. En mi hogar yo siempre enciendo la radio. Las prevenciones que tomo cuando salgo de casa siempre el lavado de las manos, cuando salgo o llego. Tener el cambio de ropa cuando llego a casa específicamente. Yo aprendí estas medidas de prevención porque soy personal de salud. La principal medida es la mascarilla. Las instituciones que considero que deben apoyar en Perú pues el Minsa, direccionar a todas sus cabezas, especialmente la Diresa. Los hospitales, centros de salud.

Elia Flores: Sí escucho radio. Escucho el programa del señor Carvajal en radio Cumbre. He escuchado por la radio que en la época presente en COVID las medidas de prevención, índices de contagio, las medidas preventivas con tu familia, personales, a nivel de grupo, etc. He escuchado mensajes preventivos en la radio. Sí conozco los protocolos de prevención. Yo siempre enciendo la radio. Las prevenciones que tomo en cuenta es el uso de la mascarilla, el distanciamiento, el utilizar el alcohol en gel o líquido. Siempre cuando llegamos a casa lavarnos la mano. Yo aprendí las medidas de prevención escuchando las emisoras radiales como a través de los medios digitales. Las instituciones que considero que deben apoyar creo que es un trabajo que se debe realizar a nivel

multisectorial. No solo el sector salud. Gobiernos regionales, municipalidades, distritales, instituciones como centro de emergencia Mujer, policía nacional, etc.

Christian Cabello: Sí escucho radio. Escucho RPP y en Pasco Corporación. Escucho La hora del Sincho. Lo que he escuchado por la radio acerca de la crisis sanitaria que actualmente se está estabilizando y que ya no hay tanto riesgo. Sí he escuchado mensajes preventivos en la radio. Sí conozco, lavado de manos, puesto de mascarilla, cambios de ropa, distanciamiento social. En mi hogar mi papá a veces enciende la radio. Cuando salgo de casa uso mascarilla y lavarse las manos. Las aprendí escuchando la radio, redes sociales, familia. Las instituciones que considero deben apoyar para disminuir creo que las instituciones ya dejaron de lado un poco eso. Consideraría a la policía nacional como apoyo.

Esther Cabello: Escucho radio Corporación. Abre los ojos de Carmen Neira. He escuchado que ya no hay riesgo de contagio por el covid 19. En la radio he escuchado mensajes preventivos, bastante. Sí conozco los protocolos de seguridad; como desinfectarnos con el alcohol, mascarilla, lavado de manos. En mi hogar mi esposo enciende la radio o yo también. Cuando salgo de casa evito tocar mi rostro y usar la mascarilla. Aprendí dichas medidas escuchando la radio o la tv, mediante los proyectos también. Las instituciones que considero deben apoyar sería el gobierno regional en mano con la municipalidad provincial.

Ruben Quispe: Escucho radio Ritmo o Felicidad, la Inolvidable. En noticias escucho Corporación o radio Altura. Los programas que escucho son La hora del lonchecito. En el almuerzo radio Corporación escucho. Carmen Aira también escucho. He escuchado acerca de la crisis que durante el periodo que era más álgido o riesgoso, hemos escuchado un montón de formas de cómo contagiarse y prevenir. Sí he escuchado mensajes preventivos en su momento, ahora ya incluso

se ha restringido el uso de mascarillas. En transporte público. Sí conozco los protocolos de seguridad. En mi hogar mi cuñada hija o esposa encienden la radio. Al salir de casa estamos optando por usar la mascarilla. Yo trabajo en una institución de conductor allí siempre estoy con alcohol. Siempre con mascarilla porque traslado a muchas personas. Yo aprendí dichas medidas a través de la televisión, radio, folletos que siempre han estado repartiendo las instituciones de salud. En otros centros también. El ministerio de salud también nos ha enseñado: lavado de manos, uso de mascarilla. Las instituciones que considero deben apoyar eso debe ser multisectorial, especialmente salud y educación. Debe como tratar, prevenir y viendo cómo si avanza, tanto local como nacional.

Charo Espinoza: no procede porque su esposo no respondió ninguna pregunta, señalando otra postura radical y no válida para los fines que persigue la presente investigación.

Mery Yucra: Escucho Radio Corporación. Programa Opinión de Siro Carranza, Abre los ojos de Carmen Naira, la hora del Sunchu con el profesor Marco Antonio. He escuchado por la radio al principio era una cobertura al 100 % de cómo prevenir, pero hoy en día ha bajado la información. Ya no se centra más en eso. Solo que hoy en día ya no es obligatorio el uso de mascarillas. Sí he escuchado mensajes preventivos más al principio. Sí conozco los protocolos y los practico diariamente. Yo enciendo la radio. Las prevenciones que tomo es usar la mascarilla y de vez en cuando llevar el alcohol. Las medidas de prevención con el COVID lo aprendí a través de los medios de comunicación, en cada establecimiento. Las instituciones que considero que debe apoyar sería los centros de salud, incentivar más a la población sobre el cuidado. Estas personas sean más instruidas.

Jeanpieer Aranda: Escucho Radio Corporación y Cumbre. En Corporación Abre los ojos escucho. He escuchado que si va aumentando o disminuyendo y sobre las prevenciones. En la radio he escuchado mensajes preventivos, uso de mascarilla. Sí conozco los protocolos de seguridad. En mi hogar enciende la radio mi tía y mi persona. Cuando salgo de casa aplico el uso de mascarilla, el uso del gel y distanciamiento social. Yo aprendí mediante la radio, viendo afiches o por las redes sociales. Las instituciones debe ser Diresa y las municipalidades

Jhimmy Reynoso: No escucho ninguna emisora de Pasco. Siempre he escuchado oxígeno o Z. No escucho programas específicos de la zona. No he escuchado por la radio de la zona nada acerca de la crisis sanitaria. Si he escuchado en la radio mensajes preventivos, cualquier radio en general. Sí conozco los protocolos de seguridad. En mi hogar yo enciendo la radio. Las prevenciones que tomo son el lavado de manos, desinfectado de los pies y en los lugares en donde trabajo no hay agua y siempre uso alcohol. Las instituciones son el Ministerio de Salud y las municipalidades. Los niños son los que menos toman el protocolo adecuado. Queda en responsabilidad de los padres enseñarlas.

Anny Gavilan: mayormente escucho Ritmo Romántica, RPP y Cooperación. En Corporación escucho Abre los ojos. Respecto a la crisis sanitaria por la radio he escuchado nos tuvieron informados acerca del primer caso en el Perú. Siempre nos han mantenido informado. Ahora ya es menos porque los casos han disminuido. En la radio sí he escuchado mensajes preventivos que tenemos que usar el alcohol en gel y constante lavados de mano. Sí conozco los protocolos: mantener un distanciamiento, tener las vacunas y solicitar atención si presentas síntomas. Mi hermana siempre enciende la radio. Las prevenciones que tomo es llevar mascarilla, alcohol en gel y lavado de manos. Yo aprendí de los medios de

comunicaciones ya sea radio o televisión, folletos. Opino que deberían ser las municipalidades, en Pasco todavía no hay foro al 100 %. Se tendría que tomar medidas en ese caso.

Evelyn Porras: escucho radio Altura. He escuchado por la radio de la crisis que ha afectado a gran mayoría. En Pasco se vivió mucho esta situación. Sí he escuchado mensajes preventivos, cuidarse, lavarse la mano, usar la mascarilla. Taparse al momento de toser, saludar de puño. Sí conozco los protocolos de seguridad; usar doble mascarilla, tomar distanciamiento. Lavarse las manos constantemente. Mi papá enciende la radio. Tomo las siguientes medidas; doble mascarilla, doble alcohol, protector facial. Las instituciones que considero que tendrían que intervenir es la policía, sobre todo por la aglomeración. Que hubiese más control.

Tema 2. Categoría educativa:

Elia Flores: Sí ha cambiado o he aprendido mucho frente a este tipo de campañas. Las campañas de prevención si las considero importante, en la forma en como se han creado la publicidad para afrontar el tema.

Alexander Álvarez: Sí ha cambiado y aprendió acerca de las campañas de prevención. Que debemos tener cuidado con el tema del uso correcto de las mascarillas, del lavado de manos. Sí se ha aprendido. Las campañas me han parecido bien

Anny Gavilán: Sí he aprendido frente a las campañas. Estas campañas me han parecido muy importantes para salvaguardar más vidas, ya que hemos podido cuidarnos mejor.

Jhimmy Reynoso: sí totalmente he aprendido de las campañas. Me han parecido muy buenas.

Marco Quispe: sí, claro. De alguna forma nos hemos direccionado sobre todo para vacunarnos y protegernos de forma general. Creo que han sido buena la información transmitida. En cuanto a su propagando, no ha sido tanto los problemas de las campañas en sí, sino de las personas que no han acudido en su momento a vacunarse.

Ruben Quispe: sí, por supuesto. Antes ni nos lavábamos las manos. La higiene se ha incrementado más. A mi me han parecido buenas y oportunas.

Yessenia Lino: sí he aprendido acerca de las campañas de prevención. Actualmente con todo lo aprendido ya son prácticas que se quedan en mi actuar, para toda una vida. Así como prevenimos el COVID, también sirve para otros tipos de enfermedades. Las campañas de prevención y cuidado me pareció que al principio no se abarco mucho a los pueblos lejanos. Solo se centraba en los distritos. Creo que también era importante llegar a los pueblos lejanos.

Esther Cabello: sí, aprendí mucho. Me ha parecido muy favorable.

Mery Yucra: sí he aprendido bastante por la información de la radio. Estas campañas han sido muy importantes, gracias a ello nos hemos informado mucho más. Tratar de evitar lo más posible la pandemia.

Jeanpieer Robles: sí, ha cambiado. Me han parecido muy buenas.

Tema 3. Categoría social:

Elia Flores: Sí, sobre todo el tema de prevención. Muy poco a nivel local he escuchado entrevistas a personal de salud que intervenga con una facilidad que se les pueda explicar que puedan llegar a la población. Que sea entendible frente al

tema. Sí considero que la información transmitida es buena en el sentido de la prevención. Pero es malo porque han informado mucho de muerte. Había una desesperación o temor por ser contagiado o que tu familiar se pueda contagiar.

Alexander Álvarez: Últimamente los programas radiales creo que ya están dejando de lado de informar sobre el tema preventivo del COVID. Pareciese que ya hubiese terminado. Se está dejando de lado. Me parece que la información transmitida por la radio ha sido regular. La información no es tan buena acerca de la información del COVID

Anny Gavilán: al principio se escuchaba todos los días, pero ahora ya no. Al producto tanta información, ya tenían más miedo sobre el covid. Sí considero que es buena ya que nos brinda información y formas de prevenir el contagio, pero es mala al tener mucha información y decir que hay muchos muertos, por ejemplo, las personas mayores como que se estresan más y tienen más miedo.

Jhimmy Reynoso: en su tiempo bastante, ahora poca. Me ha parecido muy importante. Considero que la información transmitida es buena.

Ruben Quispe: al inicio si escuchaba, pero conforme iba a desarrollando la pandemia mi familia se estresaba mucho por la cantidad de fallecidos que informaban la radio. Ahora no se escucha nada. Ha sido buena en su momento la información transmitida. Si es buena.

Yessenia Lino: al principio sí, toda la radio y medios abarcaban ese tipo de información. Muy poca información en todos los medios de la COVID 19. Ya uno tiene que estar por su parte leyendo. Considero que la información es buena, claro que deberían innovar la información para llegar a cierto tipo de sectores. En cuestión preventiva sí estuvo buena la información.

Esther Cabello: sí escucho. Si es muy buena para mí. Lo considero buena para mí la información.

Mery Yucra: en estos momentos ya no hay mucha difusión de la covid. -Hay declaración o pequeños mensajes. Considero a la información buena porque a través de la discusión aprendimos bastante a tener más cuidado en el aspecto personal, tratarse de otras formas.

Jeanpieer Robles: ahora ya no es tanto. Por el índice ha bajado. Ya no se escucha tanto. Me parece bien porque nos ayuda a saber día a día cómo va el índice de contagiados. Es buena la información transmitida por la radio.

Tema 4. Categoría de entretenimiento:

Elia Flores: La intervención del gobierno ha sido muy poco a nivel de prevención. Hemos visto muchas veces. En este caso en la radio el lávate las manos. Es prioridad para evitar enfermedades entre ellas el COVID 19. El sentido que se pueda difundir a nivel nacional el tema de prevención ha sido positiva. Respecto a lo otro, en cierta forma ha sido buena pero también ha sido desordenada. Los adultos mayores ya se tenían que vacunar, pero llegaba a Perú, se distribuía a nivel regional, siendo a nivel provincial y distrital, las personas que querían vacunarse no podían porque todavía no llegaba las vacunas, mientras que en las radios decían que ya vayan a vacunarse.

Alexander Álvarez: el gobierno no ha informado en su debido momento respecto a las campañas que ha realizado. Necesariamente por la llegada de las vacunas. A destiempo. Eso también ha sido uno de los factores principales que se ha perdido varias vidas. No ha sido muy efectiva. Yo califico las campañas de vacunaton

como que no ha tenido mucha influencia en nuestra población. No ha tenido concurrencia en los lugares en que se ha desarrollado.

Anny Gavilán: me han parecido apropiadas. Yo calificaría las campañas de vacunaton, le pondría un 8. En ese entonces, había mucha aglomeración. S

Jhimmy Reynoso: creo que han sido buenas, siendo un buen inicio. No ha llegado a todos los lugares. Yo lo calificaría como campañas buenas. Lo malo ha sido que nos haya aglomeración.

Marco Quispe: yo calificaría las campañas de vacunaton ha sido lo necesario, no ha sido tampoco un boom. Con la radio han podido llegar a la gente.

Ruben Quispe: Me han parecido buenas las campañas. Las campañas de vacunaton también han sido buenas. Ha bajado bastante la incidencia del COVID.

Yessenia Lino: al principio no abarcaban bien a toda la población. Se proporcionaba a nivel nacional y había cierta desprotección para los sitios que abarcaban más con el virus. Yo calificaría las campañas en un sector sí lo escuché y todos se encargaban, pero a mi parecer debería haber estado involucrado todos los sectores. Solo el Ministerio y sus agentes estaban allí detrás de las campañas de los diferentes buenos. No fue tan buena para mí.

Esther Cabello: me ha parecido buena las campañas. Mi opinión es favorable.

Mery Yucra: no han sido campañas relativamente grandes. Una parte de la población todavía no entiende lo del covid. Las campañas del vacunaton ha sido un tema muy exitoso, porque a través de las discusiones en medios radiales las personas han acudido. Todos han acudido para tener las dosis necesarias.

Jeanpieer Robles: me ha parecido bien ya que hemos acatado a vacunarnos. Bien, me han parecido las campañas porque muchos fueron a vacunarse, pero otros no. Fue buena la intención por radio.

Tema 5. Sensibilización:

Elía Flores: Soy consciente que puede influir la radio en mi comportamiento, sobre todo por quien emite la información. El comunicador social no solo tiene que informar sino educar a la población. A nivel general pueden ser personas más empíricas como profesionales. Yo lo siento como que emiten su opinión. También vale educar. Como podemos solucionarlo. Yo a los profesionales de Comunicación o a los que tienen sus programas informativos siempre los escucho criticar y es incómodo. Debería emitirse también una solución. No al pie de la letra, sino a groso modo. Sí considero a la radio como un agente activo de cambio en esta pandemia.

Alexander Álvarez: sí soy consciente, pero también tiene que ver como está formado las personas. No debemos de esperar a que alguien nos informe para realizar las prevenciones. Al principio si creo que la radio ha acatado las indicaciones que el gobierno ha lanzado, pero luego como que ya bajo. Sí considero a la radio como un agente de cambio.

Anny Gavilán: si, ya que la radio nos está proporcionando información. Somos nosotros quienes manejamos la información. Si creo que ha acatado. Sí considero a la radio como un agente de cambio activo.

Jhimmy Reynoso: es influyente la radio, porque todos escuchamos la radio. En todo momento siempre uno escucha alguna radio con espacio noticioso. A través de la radio y otros medios de comunicación. Lo considero como un agente activo.

Marco Quispe: sí soy consciente que puede influir nuestro comportamiento. Obviamente puede ayudar nuestra forma de pensar o una postura negativa la puede cambiar a positiva. No solo ha sido por la radio, sino también ha sido

importante por todos los medios de comunicación. Yo sí considero a la radio como parte de junto a los otros agentes de cambio activo.

Ruben Quispe: Sí soy consciente que la radio puede influir. A través de la radio siempre influye en el comportamiento de las personas. No solamente gracias a la radio, sino a los distintos medios de comunicación y redes sociales. Sí considero a la radio como un agente de cambio.

Yessenia Lino: desde muchos años se cree mucho eso. Estas caminando y puedes seguir informándote leyendo que la información se brinda a través de ese medio. De que es valiosa y cierta. Sí puede influir. Influye bastante, Si una emisora emite cierta información las personas actúan de forma positiva o negativa. Si creo que la radio a acatado las indicaciones del gobierno, siendo la radio un aliado. Sí considero a la radio como un agente de cambio activo en esta pandemia, pero no daría la solución a todo.

Esther Cabello: sí, influye en el desarrollo emocional e intelectual. A mi parecer sí ha acatado, pero a su modo. Sí lo considero.

Mery Yucra: la radio sí influye bastante en el comportamiento de las personas, porque informa. Ya cada uno capta la información. Sí considero a la radio que ha permitido acatar las informaciones que el gobierno ha establecido. Sí lo considero como un agente activo, porque es un medio que a través de las entrevistas o información que nos daban estaban muy apegados en todo momento a dar información del covid 19.

Jeanpieer Robles: sí, soy consciente, porque la radio nos ayuda a prevenir cómo es el uso de la mascarilla. Sí creo que gracias a la radio se ha acatado las indicaciones. Sí considero a la radio como agente de cambio activo.