

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE SOCIOLOGÍA**



**INFLUENCIA DE LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN
MASIVA EN EL DESARROLLO ACADÉMICO Y CULTURAL DE LOS
JÓVENES DEL BARRIO "LURIFICO" DE LA CIUDAD DE CHEPÉN
2011.**

TESIS

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN SOCIOLOGÍA

PRESENTADO POR:

Bach. Soc. ARNALDO AMANFREDO CORREA CAMPOS

ASESOR:

M. Cs. PEDRO ALCIDES YAÑEZ ALVARADO

CAJAMARCA-PERÚ

2014

A la memoria de mis padres; Aristides y Amelia, quienes desde el cielo me siguen ayudando a construir caminos. A los docentes de la Escuela Académico Profesional de Sociología, en su compromiso en la lucha infranqueable por afirmar la ruta de este gran país en su agonía.

Ni la razón ni la ciencia pueden satisfacer toda la necesidad de infinito que hay en el hombre.

La propia razón se ha encargado de demostrar a los hombres que ella no les basta... pero el hombre, como la filosofía lo define, es un animal metafísico.

No se vive fecundamente sin una concepción metafísica de la vida.

José Carlos Mariátegui, "El Mito y el Hombre", en el Alma Matinal).

ÍNDICE

Pág.

DEDICATORIA
AGRADECIMIENTO
INTRODUCCIÓN

DATOS INFORMATIVOS

Título	05
Responsable	05
Asesor	05
Área de investigación	05
Línea de investigación	05
Tipo de investigación	05
Lugar y fecha	05

CAPITULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción de la realidad problemática	06
1.2 Formulación del problema	07
1.3 Objetivos	07
1.3.1 General	07
1.3.2 Específicos	07
1.4 Justificación	07
1.5 Hipótesis	08
1.5.1 operacionalización de variables	09
1.6 Metodología empleada	10
1.6.1 Población	10
1.6.2 Muestra	10
1.6.3 Unidades de análisis	10
1.6.4 Unidades de observación	10
1.6.5 Técnicas de instrumentos de recolección de datos	10
1.6.6 Diseño de investigación	11

CAPITULO II: MARCO HISTÓRICO REFERENCIAL

2.1 Marco conceptual	16
2.2 Antecedentes de la investigación	17
2.2.1 Aspecto cultural	18
2.2.2 Aspecto económico	20
2.2.3 Ética de los valores	21
2.2.4 Calificación de los valores	22
2.2.5 Características de los valores	22

2.3 Puntos de vista sobre el tema	24
2.4 Enfoque teórico acerca de la comunicación de masas	25
2.4.1 Funciones	26
2.4.2 Disfunciones	27

CAPITULO III: LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN MASIVA

3.1 Tipos de emisoras radiales	28
3.2 Tipos de programas radiales	29
3.3 Características de la radio como medio de comunicación masiva	29

CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

5.1 Análisis de los contenidos que transmiten las emisoras radiales a través de sus programas	31
5.2 Influencia de los contenidos de los programas de las emisoras radiales en el desarrollo académico cultural y axiológico de los jóvenes del barrio Lurifico	32
5.3 Resultado de las encuestas aplicadas a los jóvenes del barrio Lurifico	34
5.4 Resultado de las encuestas aplicadas a los jóvenes del barrio Lurifico utilizando la escala de Lickert en la evaluación de sus valores	36

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
✓ De encuestas	
Cuadro N° 01: Emisoras que sintonizan los jóvenes del Barrio Lurifico	34
Cuadro N° 02: Programas radiales que escuchan los jóvenes del Barrio Lurifico	34
Cuadro N° 03: Razones por las que creen los jóvenes de Lurifico que es útil la radio	35
Cuadro N° 04: Valores fortalecidos por la radio como medio de comunicación masiva en los jóvenes del Barrio Lurifico	36
✓ De escala Lickert	
Cuadro N° 01: Valor del respeto	36
Cuadro N° 02: Valor de la amistad	37
Cuadro N° 03: Valor de la responsabilidad	37
Cuadro N° 04: Valor de la justicia	38
Cuadro N° 05: valor de la solidaridad	38

INTRODUCCIÓN

En el Perú, un país con una geografía muy dificultosa, la radio como medio de comunicación masiva cumple un rol sumamente importante, pues a diferencia de la televisión, es de fácil acceso y se puede escuchar en cualquier lugar y en cualquier hora.

El presente trabajo se ha propuesto estudiar este fenómeno, direccionado a la influencia que tiene sobre la formación académica y cultural de los jóvenes del barrio "Lurifico" de la Ciudad de Chepén.

El trabajo está organizado en seis capítulos tal como sigue:

En el primer capítulo, se realizara el planteamiento del problema, la formulación del problema, los objetivos, la justificación e importancia del trabajo, la hipótesis y su operacionalización, la metodología empleada y dentro de ella la población, la muestra, las unidades de análisis, las unidades de observación, las técnicas y el diseño de investigación.

El capítulo segundo está referido al marco teórico, donde se analiza el marco histórico referencial, el marco conceptual, los antecedentes de la investigación, el aspecto cultural. La ética de los valores, la clasificación de los valores. Sus características, algunos puntos de vista sobre el tema, enfoque teórico acerca de la comunicación de masas, etc.

En el capítulo tercero se aborda la categoría independientemente o sea la radio como medio de comunicación masiva, los tipos de emisoras y los tipos de programas radiales.

En el capítulo cuarto se establece el cronograma, el presupuesto y el financiamiento.

En el capítulo quinto, se hace conocer los resultados, también las conclusiones en el Capítulo sexto y finalmente se inserta la bibliografía y los anexos.

DATOS INFORMATIVOS

- **Título:** Influencia De La Radio Como Medio De Comunicación Masiva En El Desarrollo Académico Y Cultural De Los Jóvenes Del Barrio “Lurifico” De La Ciudad De Chepén 2011.
- **Responsable:**
Bach. Soc. Arnaldo Amanfredo Correa Campos
- **Asesor:**
M. Cs. Pedro Alcides Yañez Alvarado
- **Área de investigación:**
Comunicación
- **Línea de investigación:**
Medios de comunicación (programas radiales)
- **Tipo de investigación:**
Por su fin: Básica
Por su enfoque: Cuantitativa
- **Lugar y fecha:**
Barrio de Lurifico de la Ciudad de Chepén 2011-2014

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

La radio es un medio de comunicación masiva que se mantiene en vigencia a pesar de la fuerte competencia que desde inicios del Siglo XX le viene haciendo la televisión. Constituyó al aparecer en el seno de la humanidad, una novedad muy relevante, que con los avances de la Ciencia y la Técnica ha venido mejorando sustancialmente, al transmitir sus programas en vivo y en directo desde puntos muy alejados, para oyentes de todo género y edad.

En un inicio constituyó todo un privilegio, del que se apoderó como siempre la clase más poderosa de los diferentes conglomerados sociales del planeta, quienes disfrutaban de sus programas culturales y de entretenimiento que emitían a diario. Luego se fue masificando la posesión de los transistores, a tal punto de que en la actualidad, el uso de estos aparatos es muy común en los hogares al menos de los peruanos.

La radio como todo medio de comunicación masiva se encuentra inserta en la vida cotidiana de los individuos que forman por su esencia social grupos y colectividades. En tal sentido desempeña un rol socializador al transmitir ideas, conocimientos, valores, prototipos y porque no hábitos que muchas veces equilibran el comportamiento de los grupos y otras rompen los esquemas establecidos, generando alienación y dependencia cultural, diáfananamente observada en el ámbito de la moda.

En Chepén, la Perla del Norte o el Valle del Arroz, la radio es una acompañante cotidiana, sobre todo para la gente que vive y labora en el ámbito rural, a pesar de la masificación de la televisión y sus altos niveles tecnológicos que le han conducido a la incorporación del cable rebalsando la señal abierta. Los hombres de campo, y en especial los jóvenes han convertido el transistor en un objeto que conjuntamente con el celular, forman parte de su cotidiano atuendo.

Con mayor incidencia este influyente fenómeno se observa en el barrio “Lurifico” quienes escuchan programas musicales, deportivos y también culturales con mayor frecuencia.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:

¿De qué manera la radio, como medio de comunicación masiva influye en el desarrollo académico y cultural de los jóvenes del barrio Lurifico, de la ciudad de Chepén?

1.3 OBJETIVOS:

1.3.1 GENERAL:

Conocer la influencia de la radio como medio de comunicación masiva en la formación académica y cultural de los jóvenes del barrio “Lurifico”, de la ciudad de Chepén.

1.3.2 ESPECÍFICOS:

- A. Identificar las radio emisoras que con mayor frecuencia sintonizan los jóvenes del barrio “Lurifico”, de la ciudad de Chepén.
- B. Identificar los contenidos académico – culturales que emiten las emisoras radiales en sus diferentes programas sintonizados por los jóvenes del barrio “Lurifico”.
- C. Identificar los rasgos axio – culturales que adoptan los jóvenes del barrio “Lurifico”.
- D. Analizar y a la vez explicar la influencia de la radio en la formación académico – cultural de los jóvenes del barrio “Lurifico”.

1.4 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

La presente investigación se justifica porque la radio, como medio de comunicación masiva, desde su aparición ha regulado la vida de los pueblos, orientando, educando en incitando ánimos frente a determinados escenarios, por otro lado es necesario advertir que no todos los contenidos que propalan estos medios son buenos; algunos intencionadamente tratan de trastocar conductas o comportamientos,

hecho que resulta muy peligroso para pueblos como los nuestros, dueños de una vasta cultura, matriz que podría disolverse tras un agresivo plan alienante, lo cual resulta una tarea no muy complicada, teniendo en cuenta la fragilidad axiológica de nuestros jóvenes.

Por otro lado resulta importante abocarse al estudio de un tema como el que se está tratando, puesto que puede ser útil para conocer el impacto que tiene algunos programas en la reafirmación de algunos valores o su consiguiente degeneración y cambio por otros dentro de lo que se ha dado por llamar la modernidad.

1.5 HIPÓTESIS:

La radio como medio de Comunicación Masiva influye en el desarrollo académico y cultural de los jóvenes afianzando o degradando sus valores.

1.6 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

Influencia De La Radio Como Medio De Comunicación Masiva En El Desarrollo Académico Y Cultural De Los Jóvenes Del Barrio
“Lurifico” De La Ciudad De Chepén.

VARIABLES	INDICADORES	ÍNDICE/ DESCRIPTORES	FUENTE
<p><u>Variable Independiente:</u></p> <p>✓ La radio como medio de comunicación masiva.</p>	<p><u>Radio Programas Del Perú</u></p> <p><u>Programas</u></p> <p>✓ El busca personas</p> <p>✓ Mi novela favorita</p> <p>✓ La rotativa del aire</p> <p><u>Radio Frecuencia Popular De Chepén</u></p> <p><u>Programas</u></p> <p>✓ La voz del pueblo</p>	<p>✓ % de jóvenes que escuchan radio programas del Perú.</p> <p>✓ % de jóvenes que escuchan radio frecuencia popular de Chepén.</p> <p>✓ % de horas al día que escuchan radio los jóvenes del Barrio Lurifico.</p> <p>✓ % de jóvenes que han visto fortalecidos sus valores.</p>	<p>✓ Entrevista</p> <p>✓ Encuesta</p> <p>✓ Cuestionario</p>
<p><u>Variable Dependiente:</u></p> <p>✓ Desarrollo académico cultural de los jóvenes del Barrio Lurifico.</p>	<p><u>LOS VALORES</u></p> <p>La amistad</p> <p>La responsabilidad.</p> <p>El respeto</p> <p>La solidaridad</p> <p>La justicia</p>	<p>✓ Ve fortalecido su perfil académico y cultural.</p> <p>✓ Afianza el campo de sus valores.</p>	<p>✓ Escala Lickert</p> <p>✓ Encuesta</p> <p>✓ Cuestionario</p>

1.7 ASPECTO METODOLÓGICO:

Teniendo en cuenta a naturaleza del objetivo de estudio el diseño de investigación se ha dividido en dos partes:

A. ETAPA EMPÍRICO-TEORICA: Consiste en identificar la emisoras radiales, que escuchan los jóvenes del barrio Lurifico de la ciudad de Chepén, lo cual se logró de la siguiente manera:

- Se hizo contacto con los jóvenes del barrio Lurifico para identificar las emisoras radiales que escuchan con mayor frecuencia, por intermedio de observaciones y encuestas. Estas observaciones se hicieron con el fin de identificar la influencia de la radio en su desarrollo académico y cultural.
- Las observaciones y las encuestas se hicieron periódicas y aleatoriamente, direccionadas a la obtención de datos.
- En cuanto a la interpretación de los datos, se realizó secuencialmente, en tanto se fue obteniendo la información requerida.

B. INTERPRETACIÓN TEORICA: Habiendo identificado las emisoras radiales que más escuchan estos jóvenes, se optó por analizar cada programa radial, luego se evaluó la influencia entorno a los valores que han sido fortalecidos utilizando la escala de Lickert.

1.7.1. POBLACIÓN:

La población de nuestra investigación está conformada por todos los jóvenes de 12 a 25 años de edad, residente en el barrio Lurifico. La muestra está conformada por 40 jóvenes de ambos sexos.

1.7.2. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA:

Para el desarrollo de la presente investigación acerca de la influencia de la radio como medio de comunicación masiva en el desarrollo académico

cultural de los jóvenes del barrio Lurifico se ha trabajado con 40 jóvenes entre 12 y 25 años de edad por constituir un universo muestral.

1.7.3. UNIDADES DE ANÁLISIS:

- Se analizarán los diferentes programas de cada emisora sintonizada por los jóvenes del Barrio Lurifico de la ciudad de Chepén.
- Se analizará la situación académica y cultural de cada joven de 12 a 25 años de edad del barrio Lurifico de la ciudad de Chepén.

1.7.4. UNIDADES DE OBSERVACIÓN:

- Se observará a cada joven entre los 12 y 25 años del Barrio Lurifico, así como a los programas que más sintonizan y la situación de los valores que poseen.

1.7.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE DATOS

7.2.1. Técnicas

Se han utilizado las siguientes técnicas:

- ✓ **La observación:** Consiste en proporcionar información del comportamiento de los individuos tal como ocurre el fenómeno en todas sus manifestaciones.
- ✓ **La evaluación:** Esta técnica permite la medición de las capacidades de los individuos del grupo con la finalidad de determinar su situación inicial y su proceso.

7.2.2. Instrumentos

- ✓ **La entrevista:** Es un instrumento mediante el cual el investigador adquiere información directa de los miembros del grupo objeto de estudio.
- ✓ **La encuesta:** Es otro instrumento de recopilación de datos a través del cual se procesa información relevante del problema.
- ✓ **El cuestionario:** Es un instrumento mediante el que se interroga individualmente a los miembros del grupo sobre asuntos de interés para el interés.

1.7.6. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:

- El diseño empleado para verificar la hipótesis propuesta tuvo como primera etapa la realización de una descripción general del tema a fin de poder entender la influencia que tiene la radio y los programas radiales, en el desarrollo académico y cultural de los jóvenes del barrio Lurifico.
- Se aplicaron encuestas para conocer la influencia que tiene los medios de comunicación masiva sobre los jóvenes del barrio Lurifico de la ciudad de Chepén.
- Luego se evaluó la influencia que tiene los contenidos radiales propalados por Radio Programas del Perú y Radio Frecuencia Popular de Chepén .En este caso se utilizó la escala de Lickert.
- Estación Latina de Chepén. En este caso se utilizó la escala de Lickert.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 MARCO HISTÓRICO REFERENCIAL:

La Radio Difusión en el Perú empezó cuando el país era gobernado por el Presidente Augusto B. Leguía, quien inauguró la Peruvian Broad Casting Company, el sábado, 20 de junio de 1925.

Esta fue la primera estación conocida en el dial como OAX, y pasaría luego a manos del Estado y más tarde, concretamente en 1931 a la compañía de Radio Difusión de propiedad de Guillermo Lazarte, conocida como Radio Nacional.

En 1935 y 1940 el éxito de la Radio Difusión fue muy notorio, en 1937 fue inaugurada una potente transmisora, convirtiendo a Radio Nacional del Perú en una de las más importantes del país. Esta emisora sobrevive aún¹.

Además funcionaban, Radio Grellaud y Radio Dusa, las dos ya desaparecidas. Posteriormente aparecerían Radio Internacional, Radio Miraflores y Radio Goycochea. En 1942 empezó su labor Radio Mundial obteniendo un récord muy alto de sintonía. En su inauguración participaron los más destacados artistas nacionales e internacionales de época.

La radio revolucionó el sistema de las comunicaciones por su inmediatez y su largo alcance. Los programas radiales ingresaban a todos los hogares con sus emisiones de noticias, transmisiones de partidos de fútbol y la presentación de cantantes famosos. El primer noticiero fue el de César Miró, José Torres de Vidaurre y Augusto Mariátegui. Sin embargo el rubro fuerte de la Radio Difusión de aquellos años consistía en la transmisión de radionovelas, sesiones que captaban la atención de una gran cantidad de limeños y provincianos de todo el país. Por otro lado las empresas comerciales encontraron en la radio un medio de eficiente propaganda para sus diversos productos.

¹ José Rendon Lozano. La teoría de la comunicación de masas. 1966.

En la década del cuarenta se escuchaba a la vez se consagraba a artistas como Teresita Arce, Edmundo Moreau, Alex Valle, Ernestina Zamorano (actores o cómicos) y cantantes como José Cómena y Jesús Vásquez, así como también a Oscar Avilés, uno de los guitarristas más connotados del país. Aumentaba el número de estaciones radiales con la presencia de radio Colonial y Radio Victoria.

A partir de los años cincuenta la Radio era la gran visitante de los hogares peruanos, cuya aceptación se lograba por la emisión de radioteatros y programas humorísticos. Los programas musicales alcanzaban gran sintonía. Batían récord y brillaban los tríos denominados Los Embajadores Criollos, Los Morochucos; los Dúos como La Limeñita y Ascoy, e Irma y Oswaldo, y los solistas Luis Abanto Morales y Roberto Tello².

Es obvio que la radio precisaba de locutores con voz singular, surgiendo Juan Silva, José Curocini, Fidel Ramírez Lazo, Nelson Arrunátegui, David Odría, Eduardo Navarro (Locutor del Represso) al escenario descrito se sumaba Radio El Sol y Radio Panamericana.

En los últimos años del siglo pasado funcionaban 579 estaciones de Frecuencia Modulada (FM), 395 de Onda Media y 133 de Onda Corta. En vez de los programas de radioteatro, desplazados por las telenovelas, las emisoras transmiten en su mayoría programas musicales y noticias. En el campo de las noticias en el Perú existen dos emisoras radiales que informan a millones de peruanos las veinticuatro 8888horas del día: Radio Programas del Perú (RPP) y Cadena Peruana de Noticias (CPN) esta emisora actualmente ya no existe.

Es útil indicar que no se ha detenido la llamada “Revolución de los Transistores”, al permitir la integración social, económica y cultural del país, al

² Tesis software educativo, Azabache Toro Nollí y otros. ISP. CAB. 2005.

escuchar una radio en los lugares más recónditos de la costa, la Sierra y la Selva, aunque la calidad de los programas haya disminuido.

El poder es el proceso fundamental de la sociedad, puesto que esta se define entorno a valores e instituciones, y lo que se valora e institucionaliza está definido por relaciones de poder.

El poder es la capacidad relacional que permite a un actor social influir de forma asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezcan la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene el poder. El poder se ejerce mediante la coacción (o la posibilidad de ejercerla) y/o mediante la construcción de significado partiendo de los discursos a través de los cuales los actores sociales guían sus acciones. Las relaciones de poder están enmarcadas por la dominación, que es el poder que reside en las instituciones de la sociedad. La capacidad relacional del poder está condicionada, pero no determinada, por la capacidad estructural de dominación. (Castells. 2009, p. 33)

En tal sentido la sociedad está comprendida por redes. Una red es un conjunto de nodos interconectados. Los nodos pueden tener mayor o menor relevancia para el conjunto de la red, de forma que los especialmente importantes se denominan «centros» en algunas versiones de la teoría de redes.

| En la vida social las redes son estructuras comunicativas. «Las redes de comunicación son las pautas de contacto creadas por el flujo de mensajes entre distintos comunicadores en el tiempo y en el espacio.» Es decir, las redes procesan flujos. Los flujos son corrientes de información entre nodos que circulan por los canales que conectan los nodos.

En la ciudad de Chepén la Radio Difusión se remonta a la década del sesenta del siglo pasado, teniendo como promotor al señor Amancio Tejada Terán, el mismo que fue propietario de Radio Chepén y Radio Perú, ambas de Onda Media, estas emisoras transmitían programas musicales, noticias, entrevistas a artistas locales y nacionales, así como a dirigentes sindicales y políticos. Destacaron como locutores los periodistas Víctor Estuardo Izaga Tejada, Joe Medina Astudillo y Óscar Miguel Deza Gallardo, el Pedernal Andino (éstos dos últimos ya fallecidos), se hizo gran agitación del proceso de la Reforma Agraria del Gobierno Militar del General Juan Velazco Alvarado, por intermedio de la cual se entregó las tierras de las por entonces Haciendas de Lurifico y Talambo, que fueron convertidas, teniendo como sustento legal la ley 17716, Ley de Reforma Agraria, en Cooperativas Agrarias de Producción Social, instancias que tuvieron vida hasta el Primer Gobierno de Alan García en que estas CAPS fueron parceladas³.

Actualmente en la ciudad de Chepén existen las siguientes Radio Emisoras:

- Radio Chepén.
- Radio Frecuencia Popular.
- Radio Estación Latina.
- Radio San Sebastián.
- Radio Los Ángeles.
- Radio Excelencia.

También se reproducen las señales de Radio Programas, Panamericana y la Mega, que transmiten desde la ciudad de Lima.

Lurifico es un Barrio de la ciudad de Chepén, ubicado a la margen izquierda con referencia al Norte, de la Panamericana, se ubica a diez minutos, caminando del centro de la Perla del Norte. Cuenta con un parque y una plaza, servicios de agua potable, luz eléctrica, alcantarillado, teléfono, internet, bodegas y plataformas deportivas. No cuenta con instituciones educativas por la cercanía de las que existen al servicio de los chepenanos.

³ Historia general de Chepén. Revista monografica de Chepén. Miguel Tucto Chaves, Chepén, julio de 2003.

El Barrio Lurifico tiene los siguientes límites:

- Por el Norte : Con Villa Agraria.
- Por el Sur : Con el distrito de Guadalupe.
- Por el Este : Con Villa Hermosa, Avenidas 28 de julio, Av. Ezequiel Gonzales Cáceda y Av. Lambayeque.
- Por el Oeste : Con tierras que pertenecen a Talambo.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

- **Adolescencia:** Término que procede del latín *adulescentia* (desarrollo) es el tránsito entre la niñez y la adultez. Tiene dos vertientes, la física o pubertad por la que el cuerpo infantil se convierte en adulto y la psicosocial por la cual el adolescente encuentra sentido coherente del yo de la identidad personal. (Giner, 2006. p. 12).
- **Capital Humano:** En sentido amplio, concepto proveniente de considerar inversión en el análisis económico la formación laboral, la escuela, la salud, las migraciones, la búsqueda de empleo y otros factores que combinan el valor de la fuerza de trabajo. En sentido más restringido, consideración de la formación como inversión. A. Smith y A. Marshall suelen citarse como precursores, pero también D. Ricardo y C. Marx situaron que las diferencias salariales se deben a los diferentes costes de producción de la fuerza de trabajo. (trabajo simple y compuesto). (Bourdieu, 1965).
- **Clase Alta:** la clase alta está formada por los sectores que ocupan las posiciones superiores de la pirámide social, es decir de los que detentan el mayor poder económico, político y social. (Tezanos, 1985. p. 387-418).
- **Comunicación:** Del latín *communicare*, relacionar, participar en común. A efectos de la sociología tiene especial interés en el significado de la comunicación como intercambio de información, tanto entre actores sociales, como fuentes vicarias de esos actores o grupos (prensa, radio, televisión, telemática) y otros actores. (Escarpit. 1981. p. 134).
- **Comunicación de Masas:** Forma de comunicación en la cual los mensajes públicamente son transmitidos usando medios técnicos indirecta y unilateralmente. (Lozano, 2005. p. 38).

- **Conciencia Colectiva:** Llave maestra de la sociología de E. Durkheim, este la define en *La División Del Trabajo Social (1893)* como el conjunto de sentimientos y creencias comunes a los miembros de una sociedad, que en razón de su carácter compartido, aparecen como trascendentes y adoptan una forma religiosa. (Durkheim, 1982.p. 183).
- **Cultura:** Es un fenómeno que se transmite a través de la familia y cuando esta institución deja de funcionar de manera adecuada “es el deterioro de la cultura” una manera de ser en la que las formas importan tanto como el contenido. (Notes Toward the Definition of the Culture, 1962.p. 43).
- **Educación:** El diccionario de la real academia española define así a la educación. Crianza, pero también enseñanza y doctrina que se da a los niños y a los jóvenes, e instrucción por medio de la instrucción docente, y educar, como dirigir, encaminar y doctrinar, pero también como, desarrollar y perfeccionar las facultades intelectuales y morales del niño o del joven por medio de preceptos, ejercicios, ejemplos, etc. (Durkheim, 1969. p. 155).

2.3 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

En realidad a nivel nacional existen varios trabajos que tratan de explicar la gran influencia que tiene la radio como medio de comunicación masiva, en lo referente a la conducta o el comportamiento de los receptores, empero en la ciudad de Chepén y específicamente en el Barrio Lurifico, no existen antecedentes. Empero si se puede decir que trabajos como el de Winston Orrillo, que sostiene en su libro titulado *La Pedagogía Reaccionaria de Walt Disney*, se analiza el cómo, a través de medios como la radio, la televisión y la revista y otros se pueden influir sobre los comportamientos sociales, sobre todo de los niños y de los jóvenes, generando alienación cultural y dependencia en algunos casos.

Por ello es que en el presente estudio, se trabajará el problema de la cultura, dado, como lo sostiene Winston Orrillo, que los contenidos de los programas radiales y televisivos, en muchos casos son utilizados por las potencias económico – sociales para perpetuar su dominación, propiciando conductas y posturas culturales, proclives a la pasividad y la alienación social de grandes grupos. En este panorama el

ser humano en general y el joven en particular tienen que discernir entre lo bueno y lo malo, lo cual a la vez implica también el programa de los valores, que también lo vamos a abordar.

A. EL ASPECTO CULTURAL.

Es útil empezar por notar que el ser humano, al momento de nacer, es uno de los animales más desvalidos. A este a diferencia de otras especies, no parece bastarle su equipamiento físico para vivir. Su escasez de instintos no le permite por sí solo, adaptarse a las condiciones del medio natural, al punto de que vale decir, que el hombre, sin ayuda no sería capaz de sobrevivir, y que, aislado de sus semejantes, ni siquiera poseería las características básicas que además de constituir a un ser humano le permiten afirmar su existencia. Estas características no son de orden natural, sino artificial.

En este sentido, el hombre ha podido, no solo sobrevivir sino transformar su entorno, adaptándolo a sus necesidades, porque ha creado una realidad suya, producto de su esfuerzo y sus artes (arte de la construcción, de la medicina, de la cocina, del lenguaje, de la educación, etc.)⁴.

A esta realidad es a la que se le denomina cultura. En efecto existe la cultura material. Existen al respecto dos formas generales de la cultura:

La cultura material, constituida por los objetos físicos creados o criados por el hombre y también existe la cultura Espiritual, conformada por las ideas y los valores.

La cultura revela la condición eminentemente social del ser humano. Empezando por nuestro lenguaje, somos seres que portamos en todo momento lo social como parte esencial nuestra.

⁴ José Germendia. Tres Culturas: Organización y Recursos Humanos, Madrid. ESIC. 1994.

En contra de lo que a veces de forma ingenua se piensa, la existencia de seres humanos criados al margen de sus semejantes es mera fantasía. En condiciones normales los humanos, tendemos a formar grupos para sobrevivir y también para buscar soluciones a nuestros problemas. Por ello es que debemos admitir que nos necesitamos los unos a los otros, aún, sólo para la supervivencia física y tanto más par a nuestro desarrollo social.

La inmadurez biológica del ser humano al nacer, y su desventaja física, se compensan con el bagaje cultural que pronto adquiere al interactuar con sus semejantes, en un entorno que ellos mismos han construido. De este modo el medio natural en el que ha nacido va siendo rezagado por el medio cultural, pues este es un medio eminentemente social. De este modo notamos que el ser humano se hace en relación con los otros, en la medida que recibe y se apropia de las pautas de conducta, de los logros y de los valores que constituyen el modo humano de vida. En tal sentido afirmamos que casi que casi todas las destrezas y conocimientos que podemos afirmar como nuestros, han sido aprendidos en el proceso de nuestro desarrollo en sociedad.

El lenguaje es el instrumento socializador por excelencia, ya que a través de él, conseguimos aprender la mayor parte de las cosas. El aprendizaje del lenguaje solo resulta posible en sociedad. En esta perspectiva la mínima idea de un lenguaje privado es un absurdo, por el hecho que todo lenguaje necesita de reglas de formación y uso y por el hecho de que toda regla es por definición intersubjetiva. En efecto hay tal relación entre el lenguaje y el pensamiento, que de ninguna manera es posible desarrollar éste sin aquel. En tal sentido, el lenguaje siendo un producto social, está también en el punto de arranque de la formación de cada ser humano, según *Gonzalo Portocarrero* en: *Hacia la reconstrucción de un concepto de cultura*.

El lenguaje, cabe destacarle, no es un instrumento neutro, transparente, que el hombre usa para expresar ideas o sentimientos. El lenguaje porta

consigo múltiples asunciones en relación a lo que es real y a lo que es valioso, que los hablantes interiorizamos, sin ser del todo conscientes de ello. Particularmente lleva consigo valoraciones de orden moral que condicionan nuestra actitud en el mundo. Cada lenguaje, en la medida en que hace parte de un mundo social, expresa precisamente las creencias y valores que caracterizan a esa colectividad.

La inclusión del individuo en la sociedad no es una inmersión repentina, sino un largo proceso en el transcurso del cual el individuo humano asimila y hace suyos los usos y costumbres de su medio social, los hace parte de su propia personalidad y aprende a vivir integrado en su entorno.

B. EL ASPECTO ACADÉMICO.

Cuando hablamos de lo académico implícitamente nos estamos refiriendo a la cuestión educacional. La radio en tal sentido en el seno de una sociedad justa y equitativa puede educar adecuadamente, hecho que no ocurre en una sociedad como la nuestra, donde la desigualdad es un signo bastante conocido.

Educar significa formar integralmente al hombre para que se desarrolle como tal, desempeñando roles que la sociedad necesita. Empero, por las características sociales de nuestro país, en el Perú la escuela no educa, instruye mezquinamente orientada por los intereses de la clase dominante⁵.

La radio en este sentido, en menor proporción que la televisión por supuesto, también disfunciona al emitir programas con ciertos contenidos reñidos con la moral.

⁵ Durkheim E, La educación como socialización, 1975.

Este criterio es el que en realidad nos anima a realizar el presente trabajo, puesto que en los últimos tiempos vemos una acelerada descomposición social, que empieza en la población menor, probablemente motivada por la injerencia de la radio como medio de comunicación masiva.

C. LA ÉTICA DE LOS VALORES:

El concepto valor, es fundamental en la filosofía, particularmente en la ética y cobró especial interés en las llamadas “Teorías de los valores o Axiologías” del siglo XX. Estas teorías reflexionan sobre la naturaleza y sentido del concepto de valor y se plantean la cuestión de si algo tiene valor porque es preferido y apreciado, o si es preferido y apreciado porque tienen valor.

Una de estas teorías, tal vez la que más influencia ha tenido es la del Alemán Max Scheler, cuya teoría de los valores sirve de fundamento a su teoría ética. Según Scheler, los valores son cualidades objetivas que son captadas por lo que él llama “Instituciones Intencionales” de manera parecida a como los sentidos captan a los objetos o el entendimiento de las verdades.

Los valores a diferencia de los bienes son imparciales e intemporales y además, son inalterables en cuanto permanecen como tales en todas las épocas.

El hombre no crea los valores sino que los encuentra en su práctica diaria, que viene a ser el terreno de los valores, constituyen un mundo ideal sin que sea necesario el conocimiento por parte del hombre, el cual puede ignorarlos o manifestarse más sensible a ellos en unas épocas que en otras.

Los valores son inmutables pero los bienes en que se realizan cambian de una época a otra. Además, se encuentran jerarquizados entre sí⁶.

⁶ Correa C Eduardo, Educación moral y desarrollo de valores desde las aulas, Cajamarca, 2005.

CLASIFICACIÓN DE LOS VALORES:

Existen diferentes clasificaciones del valor, pero lo más importante se considera lo que realizó Max Scheler, en su obra titulada: *El Formalismo De La Ética Material De Los Valores*, en la que considera a los valores de menos a más, veamos:

- **Hedonísticos o de placer:** Como lo agradable o desagradable, lo placentero y lo doloroso, lo sabroso y lo asqueroso, etc.
- **Económicos o técnicos:** Lo lucrativo, lo provechoso, lo útil, lo eficaz, etc.
- **Vitales:** Lo saludable, lo fuerte, lo débil, etc.
- **Éticos:** Lo bueno, lo malo, lo justo, lo injusto, etc.
- **Religiosos:** Lo caritativo, lo santo, lo piadoso, lo divino.

CARACTERÍSTICAS DE LOS VALORES:

Tienen las siguientes características:

- **La Objetividad:** El valor es indispensable del sujeto y no se confunde con las cosas, ni con las impresiones que se tenga de ellas.
- **La Polaridad:** Se da cuando el valor está a favor o en contra de algo. Por ello el valor puede ser positivo o negativo.
- **El grado:** Se da cuando el valor se experimenta o vive en diversa intensidad. Ejemplo: Bueno, regular, mal.
- **La Jerarquía o Rango:** Por la jerarquía existen valores superiores e inferiores; por el rango, están en función de la altura, la fuerza y la capacidad.
- **Dependencia:** Los valores no existen por si mismos, necesitan de alguien para poder existir.

Ahora, ajustándonos a las necesidades del proyecto, analizaremos los siguientes valores:

- Amistad.
- Responsabilidad.
- Respeto.

➤ **Solidaridad.**

1. **La amistad:** Es un valor universal. Está claro que difícilmente podemos sobrevivir en la soledad y el aislamiento. Necesitamos a alguien en quien confiar, a quien llamar cuando las cosas se ponen difíciles.

Convicciones, sentimientos, gustos, creencias, religión, aficiones, opiniones, ideas políticas son algunas de las cosas en común que pueden hacer que nos hagamos amigos de alguien. Sentirse a gusto con una persona, conversar y compartir sentimientos, es un principio de esos que llamamos amistad.

2. **La responsabilidad:** La responsabilidad (o la irresponsabilidad) es fácil de detectar en la vida diaria, especialmente en la faceta negativa: le vemos en el gasfitero que no hizo bien su trabajo; en el carpintero que no llegó a pintar las puertas en el día que se había comprometido, en el joven que tiene bajas calificaciones y en otros casos más graves.

Un elemento indispensable dentro de la responsabilidad es el cumplimiento del deber. La responsabilidad es una obligación ya sea moral o legal de cumplir con lo que se ha comprometido.

La responsabilidad es un valor, ya que gracias a ella podemos vivir en sociedad de una manera pacífica y equitativa.

3. **La Solidaridad:** Pensamos en la solidaridad como una actitud que debemos asumir en emergencias y desastres, sin embargo, la solidaridad es una característica de la sociabilidad que inclina al hombre a sentirse unido a sus semejantes y a cooperar con ellos.

La solidaridad es la ayuda mutua que debe existir entre personas, no porque se les conozca o sean nuestros amigos, simplemente porque todos tenemos el deber de ayudar al prójimo y recibir la ayuda de nuestros semejantes.

- 4. El Respeto:** Hablar de respeto es hablar de los demás. Es establecer hasta donde llegan mis posibilidades de hacer o no hacer y donde comienzan las posibilidades de los demás.

El respeto es la base de toda convivencia en la sociedad. Las leyes y los reglamentos establecen normas básicas de lo que debemos respetar. Sin embargo, el respeto no es sólo hacia las leyes o la actuación de las personas. También tiene que ver con la autoridad, como sucede con los hijos y sus padres o los alumnos con los maestros. El respeto también es una forma de reconocimiento, aprecio y valoración de las cualidades de los demás, ya sea por su conocimiento, experiencia o valor como persona.

2.4 PUNTOS DE VISTA SOBRE EL TEMA:

La radio por el hecho de su fácil captación en cualquier parte del planeta y a cualquier hora, se ha convertido en un elemento muy cercano a la vida del hombre. Su vigencia no ha sido perturbada por ningún otro medio de igual naturaleza y por lo tanto las emisoras siguen manteniendo una gran sintonía.

En el Perú por ejemplo hay empresas radiales como Radio Programas (RPP), Cadena Peruana de Noticias (CPN), entre otras que tiene retransmisoras en las ciudades más importantes del interior y laboran las 24 horas del día, utilizando tecnología de punta y emitiendo programas de mucha aceptación como el “De la Noche a la Mañana”. La rotativa del campo, la rotativa del aire, de frente y sin máscaras, que se escuchan todos los días o aquellos que sólo se producen semanalmente como el busca personas, mi novela favorita, enfoque de los sábados, etc. de RPP; es natural entonces que medios de comunicación como el mencionado

influyan de gran manera en el comportamiento social de los oyentes, quienes como en el caso de los jóvenes y adultos del Barrio Lurifico, escuchan radio casi siempre.

“Otro de los canales de influencia de la radio llega hacia el receptor por intermedio de la propaganda o la publicidad comercial, no olvidando tampoco que la música es un factor también de gran influencia” (opinión vertida por el periodista chepenano, Víctor Eduardo, Izaga Tejada).

No creo que sólo la televisión, con mayor eficacia lo hace la radio, a pesar de que no emite imágenes, pero por su cercanía con el oyente se convierte en un factor muy influyente en el proceso social de éste.

“En tal sentido es recomendable saber discernir entre lo bueno y lo malo de la radio y sobre todo ser un severo crítico frente a sus contenidos”. (Opinión vertida por el profesor y periodista, Telmo Valdez Moncada).

“creo que debe existir un severo regulador del ejercicio radial en lo referente a los contenidos que venden en cada uno de sus programas, debido al libertinaje con el que actúan, constituyéndose esto, gracias a Dios en una característica de algunas emisoras nomás, la mayoría de estaciones, muestran seriedad en su trabajo”. (Opinión de Pedro Luis, Vásquez Quiroz, docente de Educación Primaria).

2.5 ENFOQUES TEÓRICOS ACERCA DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS:

Las primeras teorías sobre la comunicación de masas aparecen en la segunda mitad del siglo XIX y en las primeras décadas del siglo pasado. Se responsabiliza a la urbanización de la desaparición de los vínculos comunitarios y solidarios de los individuos, como también al crecimiento de las ciudades y al aislamiento geográfico y psicológico de sus moradores, por el gran impacto que generó la industrialización en los países desarrollados.

Es útil indicar que la teoría de la sociedad de masas tiene dos enfoques:

1. El Enfoque Aristocrático
2. El Enfoque de la Escuela Crítica de Frank Furt.

Estos enfoques tienen puntos de vista opuestos. El primero sostiene un abierto cuestionamiento al papel predominante que asumen las masas en la vida social, prescindiendo de los valores culturales de la élite; mientras que la Escuela de Frank Furt, cuestiona a los medios de comunicación masiva, por inculcar una falsa conciencia que le permite adoptar una posición sumisa y obediente con respecto a las élites capitalistas⁷.

En la dirección de las corrientes antes indicadas aparece la Teoría de la Aguja Hipodérmica, con presupuestos de la sociedad de masas y también de la Psicología Conductista de la época.

Posteriormente aparecen las teorías funcionalistas en Norte América con enfoques más claros y precisos, cuyos impulsores (Harol Lasswell y Charles R. Wrigth) proponen el estudio de la comunicación de masas partir de dos referentes: su estructura y sus funciones.

En tal sentido, la comunicación de masas tiene sus funciones y también sus disfunciones.

A. FUNCIONES:

- Supervisión del entorno.
- Correlación.
- Transmisión de cultura.
- Entretenimiento.

⁷ Rendon Lozano, José. Teoría de la comunicación de masas. 1996.

B. DISFUNCIONES:

- No existe horizontalidad comunicativa. El oyente es un pasivo receptor de contenidos.
- Trastoca valores culturales y genera alienación y dependencia.

CAPÍTULO III

LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN MASIVA

Como se viene sosteniendo a lo largo de la elaboración de este trabajo, efectivamente la Radio es un medio de comunicación masiva, eficaz e indeclinable, cuya vigencia se mantiene a pesar de la fuerte competencia que le viene haciendo la televisión, la misma que puede observarse en la pantalla de un celular, empero la radio continúa siendo la fiel compañera del hombre en medio del trabajo o en sus horas de descanso.

Desde sus inicios en el Siglo XIX hasta el contexto actual ha sido una fuente inagotable de información de toda clase, a través de programas deportivos, culturales, académicos y de entretenimiento, por lo que es obvio que su influencia en el perfil social del oyente es fuerte y por lo tanto le orienta, educa y culturiza con sus contenidos, que en esta perspectiva pueden afianzar o debilitar ciertos valores. Empero lo preocupante radica en la posibilidad de la debilitación axiológica que provoquen, lo cual significa en el marco de un mundo moderno y signado por un proceso de globalización, la asunción de un proceso de alienación cultural y dependencia, que puede traer atraso y subdesarrollo

Otro de los factores que debemos tener en cuenta es su estado vertical en lo referente a la comunicación, donde el consumidor de contenidos es un actor pasivo que acepta nomás lo que el medio le dice, sin ninguna posibilidad de réplica. En este sentido es respetable lo que sostiene Heber Marcuse, indicando que la sociedad actual se considera racional en su conjunto. Es irracional el hecho de que el mundo racional destruye a los individuos, sus capacidades y sus necesidades.

TIPOS DE EMISORAS RADIALES:

En nuestro medio existen los siguientes tipos:

- Emisoras de frecuencia modulada (FM) de corte local.
- Emisoras de amplitud modulada (AM) con mayor alcance.
- Emisoras de onda corta. Con alcance nacional e internacional.

TIPOS DE PROGRAMAS RADIALES

Indicamos los siguientes:

- Programas Musicales.
- Programas Culturales.
- Programas Noticiosos.
- Programas Económicos.
- Programas Religiosos.
- Programas Médicos.
- Programas Deportivos.
- Programas Políticos.

Existen otros tipos de mensajes que emite la radio, como:

- La Publicidad.
- La Propaganda y
- Las relaciones públicas.

CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN MASIVA:

Estas emisoras radiales tienen las siguientes características:

- Desarrollan una comunicación vertical, mantienen el receptor como un ente pasivo.
- Emiten programas de contenidos diversos difundiendo valores positivos y negativos.
- Tratan de imprimir conductas, comportamientos y modelos de vida a imitar generando trastrocamientos culturales y por ende alienación y dependencia muchas veces.
- Los periodistas y locutores que laboran en dichas entidades no siempre son los más recomendables. Establecen prototipos equivocados y reñidos con el temperamento del oyente.

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

6.1 ANÁLISIS DE LOS CONTENIDOS QUE TRANSMITEN LAS EMISORAS RADIALES A TRAVÉS DE SUS PROGRAMAS:

Se trabajó con los más importantes programas de las siguientes emisoras:

- Radio Programas del Perú (RPP).
- Radio Frecuencia Popular de Chepén.

A. LA ROTATIVA DEL AIRE:

Es un programa noticioso que transmite radio programas desde las cinco de la mañana, en lo referente a su primera edición. La segunda edición es de una a dos de la tarde. La tercera edición empieza a las seis de la tarde y finaliza a las ocho de la noche, y la cuarta parte se transmite de diez a doce de la noche.

Para la mayor parte de las personas consultadas, este es el mejor programa de ésta emisora, por diversas razones, por ejemplo por la objetividad de las noticias que propalan, al ser recogidos en el escenario que se producen. Otro aspecto relevante viene a ser la utilización de un léxico sencillo, hecho que permite que el Receptor comprenda a cabalidad el contenido de la noticia. Además, refieren, que la claridad de la voz, es también de suma importancia para la comprensión del texto noticioso.

B. EL BUSCA PERSONAS:

Es otro programa de la empresa radial Radio Programas del Perú, se transmite todos los domingos entre las nueve y las diez de la noche; y por su intermedio se trata de ubicar, y en muchos casos se ubica a personas que abandonaron sus hogares hace bastante tiempo, lo más emocionante para los interesados viene, cuando la habilidad de los encargados del mencionado espacio radial, permite que, al ser interceptada la persona buscada, se salude a través de la radio con el familiar o el amigo que lo busca.

Este programa cuenta con el apoyo de autoridades civiles, e instancias como el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (RENIEC). Es muy importante, debido a la bastedad de nuestro territorio y a la inclinación que los peruanos tenemos, para emigrar, por diferentes razones y fundamentalmente por superar nuestro Status Quo, lo que se logra obteniendo trabajo, o mejorando las condiciones en otro lugar, del trabajo que yo sé tiene.

C. MI NOVELA FAVORIA:

Es un programa muy escuchado por la juventud Chepenana. Es una producción de literatos e intelectuales de la talla del Nobel Mario Vargas Llosa, el mismo que lo dirige y se transmite por Radio Programas del Perú todos los días sábados y domingos a la una de la tarde. Dura media hora.

Es una producción grabada. Se analizan obras literarias de escritores peruanos y de otros países, e incluso se escenifican los capítulos más importantes, enfatizando el tema, los personajes, los hechos y los escenarios donde se producen los hechos.

D. LA VOZ DEL PUEBLO:

Es un programa noticioso que transmite de una a tres de la tarde, radio Frecuencia Popular de la ciudad de Chepén informa y analiza hechos locales, regionales y nacionales con buen criterio. Concluye con una columna crítica denominada El Defensor del Pueblo, muy aceptada en Chepén y todo el valle del Jequetepeque. Este programa es considerado como el más objetivo y completo del medio.

Según el estudio realizado en Chepén y concretamente en el Barrio Lurifico los programas más escuchados en el medio se transmiten por Radio Programas del Perú, cuya central está en Lima y Radio Frecuencia Popular de Chepén.

5.2 INFLUENCIA DE LOS CONTENIDOS DE LOS PROGRAMAS DE LAS EMISORAS RADIALES ESTUDIADAS, EN EL DESARROLLO ACADÉMICO, CULTURAL Y AXIOLÓGICO DE LOS JÓVENES DEL BARRIO “LURIFICO” DE LA CIUDAD DE CHEPÉN:

Se ha dicho que los medios de comunicación masiva, como la radio en este caso, instruyen, educan y conducen a los pueblos. Muchos pueblos, especialmente en la sierra, se sienten representados por la Emisora Radial que sabe identificar las necesidades de la gente y desarrolla acciones para satisfacerla. En Chepén, por ejemplo, el recordado periodista Joe Medina Astudillo, realizaba actos radiales, consistentes en la captación de recursos económicos, cuando algunas familias sufrían las inclemencias del tiempo, incendios, accidentes graves, o para sepultar a sus difuntos. Hechos similares realizaba el también recordado periodista, Óscar Miguel Deza Gallardo, el mismo que en cierta oportunidad, llegó a Trujillo y de allí a Lima, solicitando agua potable para el pueblo de Verdúm, en donde había nacido, logrando la aprobación y la ejecución del proyecto y de esta manera, beneficiando a los moradores de dicho centro poblado en su totalidad. Estos buenos periodistas laboraban en Radio Chepén de ésta ciudad mientras existían.

Hechos similares ocurren a diario en muchos otros pueblos del Perú.

En lo referente a la influencia de la radio como medio de comunicación masiva en el desarrollo académico y cultural de los jóvenes del Barrio “Lurifico”, de la ciudad de Chepén, las encuestas realizadas con este propósito demuestran que efectivamente, hay, una fuerte influencia en ambos niveles, es decir, en el nivel académico y cultural, añadiendo también que en el campo de los valores (nivel axiológico) hay también influencia, tal y como veremos al presentar los resultados de las encuestas aplicadas.

5.3 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS JÓVENES DEL BARRIO LURIFICO EN EL PRESENTE TRABAJO:

CUADRO N° 01
EMISORAS QUE SINTONIZAN LOS JÓVENES DE LURIFICO

EMISORAS	JÓVENES	
	N°	%
1. Radio Programas.	24	60.0
2. Radio Frecuencia Popular	11	27.0
3. Radio Chepén	03	7.5
4. Radio Estación Latina.	02	5.0

Fuente: Encuesta aplicada a los jóvenes del Barrio Lurifico.

Elaboración Propia

En el presente cuadro se observa que la mayoría de jóvenes del barrio Lurifico, escucha Radio Programas, es decir el 60%, el 27.5% escucha Radio Frecuencia Popular, el 7.5% escucha Radio Chepén y sólo el 5% escucha Radio Estación Latina.

CUADRO N° 02
PROGRAMAS RADIALES QUE ESCUCHAN LOS JÓVENES DE LURIFICO

PROGRAMAS RADIALES	JÓVENES	
	N°	%
1. LA Rotativa del aire.	19	47.5
2. La Voz del Pueblo	10	25
3. Mi Novela Favorita	06	15
4. El Busca Personas	05	12.5
TOTAL	40	100

Fuente: Encuesta aplicada a los jóvenes del Barrio Lurifico.

Elaboración Propia

En este cuadro se observa que el 47.5% escucha la Rotativa del Aire de Radio Programas, un 25.0% escucha La Voz del Pueblo de Radio Frecuencia Popular, el 15% escucha Mi Novela Favorita y un 12.5% escucha El Busca Personas de Radio Programas.

CUADRO N° 03**RAZONES POR LAS QUE CREEN LOS JÓVENES DE LURIFICO QUE ES ÚTIL
LA RADIO**

PROGRAMAS RADIALES	JÓVENES	
	N°	%
1. Educa	15	37.5
2. Culturiza	11	27.5
3. Informa	10	25
4. Entretiene	04	10
TOTAL	40	100

Fuente: Encuesta aplicada a los jóvenes del Barrio Lurifico.

Elaboración Propia

En este cuadro se observa que el 37.5% de jóvenes de Lurifico cree que la radio educa, el 27.5% cree que culturiza, el 25% cree que informa y el 10% cree que entretiene.

CUADRO N° 04**VALORES FORTALECIDOS POR LA GRADIO COMO MEDIO DE
COMUNICACIÓN MASIVA EN LOS JÓVENES DEL BARRIO LURIFICO**

PROGRAMAS RADIALES	JÓVENES	
	N°	%
1. El respeto.	19	47.5
2. La responsabilidad.	10	25
3. La solidaridad.	06	15
4. La amistad	05	12.5
TOTAL	40	100

Fuente: Encuesta aplicada a los jóvenes del Barrio Lurifico.

Elaboración Propia

En el presente cuadro vemos que los jóvenes de Lurifico indican que se han fortalecido sus valores, así vemos que el valor más alto para ellos es el respeto, 47.5%

seguido de la responsabilidad con un 25%, luego tenemos la solidaridad con un 15% y finalmente la amistad con el 12.5%.

5.4 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS JÓVENES DEL BARRIO LURIFICO UTILIZANDO LA ESCALA DE LICKERT EN LA EVALUACIÓN DE SUS VALORES

CUADRO N° 01
VALOR DEL RESPETO

VALORES	JÓVENES	
	N°	%
SIEMPRE	15	37.5
FRECUENTE	11	27.5
ALGUNAS VECES	10	25
NUNCA	04	10
TOTAL	40	100

Fuente: Encuesta aplicada a los jóvenes del Barrio Lurifico.

Elaboración Propia

En el presente cuadro observamos que el 37.5% de jóvenes del Barrio Lurifico de la ciudad de Chepén practican el valor del respeto siempre, el 27.5% frecuentemente el 25% algunas veces y el 10% nunca.

CUADRO N° 02
VALOR DE LA AMISTAD

VALORES	JÓVENES	
	N°	%
INDICADORES		
SIEMPRE	28	70
FRECUENTE	08	20
ALGUNAS VECES	03	7.5
NUNCA	01	2.5
TOTAL	40	100

Fuente: Encuesta aplicada a los jóvenes del Barrio Lurifico.

Elaboración Propia

En este cuadro se observa lo siguiente. El 70% de los jóvenes del Barrio Lurifico practica el valor de la amistad siempre, el 20% frecuentemente, el 7.5% algunas veces y solo el 2.5% nunca.

CUADRO N° 03
VALOR DE RESPONSABILIDAD

VALORES	JÓVENES	
	N°	%
INDICADORES		
SIEMPRE	24	60.0
ALGUNAS VECES	11	27.5
NUNCA	03	7.5
FRECUENTE	02	5.0
TOTAL	40	100

Fuente: Encuesta aplicada a los jóvenes del Barrio Lurifico.

Elaboración Propia

En el siguiente cuadro observamos que la mayoría (60 %) de jóvenes del barrio Lurifico practica el valor de la responsabilidad.

CUADRO N° 04
VALOR DE LA JUSTICIA

VALORES	JÓVENES	
	N°	%
SIEMPRE	19	47.5
ALGUNAS VECES	10	25
FRECUENTE	06	15
NUNCA	05	12.5
TOTAL	40	100

Fuente: Encuesta aplicada a los jóvenes del Barrio Lurifico.

Elaboración Propia

En el siguiente cuadro se demuestra que el número más elevado de jóvenes practican el valor de la justicia, es decir el 47.5%.

CUADRO N° 05
VALOR DE LA SOLIDARIDAD

VALORES	JÓVENES	
	N°	%
SIEMPRE	14	40
ALGUNAS VECES	16	35
FRECUENTE	06	15
NUNCA	04	10
TOTAL	40	100

Fuente: Encuesta aplicada a los jóvenes del Barrio Lurifico.

Elaboración Propia

En el siguiente cuadro se observa que la mayor parte de jóvenes del barrio Lurifico (40%) practican el valor de la solidaridad.

CONCLUSIONES

- Se comprobó la influencia de los programas radiales en lo referente al desarrollo académico cultural de los jóvenes del Barrio Lurifíco de la ciudad de Chepén, tal y como lo indican las encuestas aplicadas con este propósito.
- Se comprobó que la radio, como medio de comunicación de masas sigue siendo muy importante en la vida de los jóvenes del Barrio Lurifíco, a tal punto que, existiendo la televisión, el internet y otros medios modernos de comunicación, la radio tiene mayor preferencia por ellos.
- Al hacer el análisis de los resultados con el propósito de generar una discusión acerca del problema, permanentemente observamos que en el Barrio Lurifíco, los jóvenes de 12 a 25 años tienen una marcada tendencia hacia el cultivo de valores como el respeto, la solidaridad, la responsabilidad, la amistad y la justicia. Además se comprobó que a pesar de la insistencia de los tiempos actuales por trastocar su perfil social, manejan formas originales de conducta, notándose mínimos rasgos de presencia de antivalores.
- Se comprobó además que el Barrio Lurifíco de la ciudad de Chepén, no existen jóvenes de 12 a 25 años que no estudien, o que existan grupos involucrados en actos reñidos como la moral, como el pandillaje o la drogadicción.
- Los medios de comunicación de masas en la era de la globalización pueden establecer patrones culturales foráneos tendientes a trastocar comportamientos en todo sentido, hecho que debe preocupar sobre todo a la escuela a fin de que se cautelen los elementos que preserven nuestro perfil social auténtico.

RECOMENDACIONES

- 1) Las emisoras radiales deben orientar el accionar de las poblaciones en su influencia con la finalidad de mejorar su calidad de vida.
- 2) El hecho de escuchar radio debe pasar por la capacidad del oyente de discernir la calidad de los contenidos de los diferentes programas que emitan las emisoras.
- 3) La comunicación radial debe ser horizontal utilizando para ello los alcances de la tecnología.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS

1. Bibliografía Consultada

- Campos, E. C. (s.f.). *Educación Moral y Desarrollo de Valores Desde las Aulas*. Cajamarca: Valdez E.I.R.L.
- Condemarín, M. (1985). La teoría del Equema. *Revista Latinoamericana de Lectura*, 30-35.
- Dorfman, A., & Arman Mattclart. (1972). *Para Leer el Pato Donald, Comunicación de Masas y colonialismo*. Editores s.A.
- Olortegui, F. M. (1995). *Diccionario de Psicología*. Lima.
- Orrillo, W. (1990). *La Pedagogía Reaccionaria de Walt Disney*. Lima: Causachum.
- Rendon, J. L. (1966). *Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas*. Mexico: Longman .
- Retituto, i. B. (1988). *Técnica de Investigación social*. Madrid: Paraninfo.
- Vázquez, J. G. (2000). *Método y Técnica de Aprendizaje*. Cajamarca: an Marco.

2. Bibliografía Citada

- Campos, E. C. (s.f.). *Educación Moral y Desarrollo de Valores Desde las Aulas*. Cajamarca: Valdez E.I.R.L.
- Chavez, M. T. (2003). **Historia General de Chepén** . *Revista Monográfica de Chepén*, 15-18.
- Durkheim, E. (1873). *La Educación como Socialización*. Buenos Aires: Salamanca.
- Garmendia, J. (1884). *Tres Culturas. Organización y Recursos Humanos*. Madrid: E.SC.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*, Madrid: Alianza
- Rendon, J. L. (1966). *Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas*. Mexico: Longman .
- Toro, N. A. (2005). *Software Educativo*. Lima: ISP. CAB.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
SOCIOLOGÍA

GERENCIA SOCIAL

La presente encuesta está dirigida a los jóvenes del Barrio Lurifico de la ciudad de Chépén entre las edades de 12 a 25 años con la finalidad de conocer lo siguiente:

- Qué emisoras radiales escuchan los jóvenes.
- Cuál es la influencia que ejerce la radio a través de sus programas en el desarrollo académico, cultural y axiológico de dichos jóvenes.

DATOS GENERALES

1. Sexo : _____
2. Edad : _____
3. Nivel Educativo : _____
4. Profesión- Ocupación : _____
5. Estado Civil : _____

1. ¿Posees un transistor o radio a pilas? (Marque con una X)

SÍ

NO

2. ¿Escucha radio?

SÍ

NO

ANEXOS

3. ¿Qué emisoras escucha con mayor frecuencia? (Escriba el nombre de las emisoras que escucha)

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

4. ¿Qué programas escuchas? (Escriba el programa y la emisora)

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

5. ¿Se ha sentido apoyado(a) por la radio en sus tareas académicas? (Marque con una X)

SÍ

NO

6. ¿Considera que la radio influye en u desarrollo académico y cultural?

SÍ

NO

7. ¿Por qué otras razones cree que es útil la radio?

Informa

Entretiene

Orienta

Instruye y educa

Valores

Culturiza

8. Si la radio educa y culturiza en valores: ¿Qué valores ha sentido fortalecidos por este medio? (Marque con una X)

- Respeto
- Amistad
- La responsabilidad
- La justicia
- La solidaridad

9. Cree que la radio transmite también valores negativos en algunos de sus programas.

SÍ

NO

10. ¿Cuáles por ejemplo? (Escríbalas)

GRACIAS

Chepén agosto de 2013

ENCUESTA APLICADA A LOS JÓVENES EN EL BARRIO LURIFICO PARA EVALUAR LOS VALORES QUE PRÁCTICAN

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE SOCIOLOGÍA
GERENCIA SOCIAL**

Con la presente encuesta e realizará un trabajo de investigación en el barrio Lurifico de la ciudad de Chepén con la finalidad de conocer de qué manera la radio influye en el desarrollo de lo valore que practican lo jóvenes.

Señala con una (x) la categoría que más se ajusta a tu modo de ser y de actuar.

- 1) Siempre
- 2) Frecuentemente
- 3) Algunas veces
- 4) Nunca o casi nunca

1. ¿ Consideras a la radio como un ente que favorece tu formación como persona	1	2	3	4
2. ¿Te agrada relacionarte con todos tus vecinos?	1	2	3	4
3. ¿Dejas de estudiar o trabajar por escuchar radio?	1	2	3	4
4. ¿Respetas las ideas de los demás aunque no estés de acuerdo con ellas?	1	2	3	4
5. ¿Asumes con sinceridad tus errores y te corriges con altura?	1	2	3	4
6. ¿Te conduces con autonomía sin importarte el “Que diran”?	1	2	3	4
7. ¿Ayudas a los demás sin esperar recompensa?	1	2	3	4
8. ¿Perdonas las ofensas y no guardas venganza?	1	2	3	4
9. ¿Te consideras una persona justa?	1	2	3	4
10. ¿Colaboras con tus vecinos en la búsqueda de la solución de los problemas de tu barrio?	1	2	3	4

11. ¿Eres leal y cumples con tus promesas?	1	2	3	4
12. ¿Crees en la libertad y en la justicia?	1	2	3	4
13. ¿Crees en ti y tienes confianza?	1	2	3	4
14 ¿Si alguien te pide un favor dudas en hacerlo?	1	2	3	4
15 ¿ Te has involucrado en actos deshonestos como el consumo de drogas o el pandillaje?	1	2	3	4

GRACIAS

Chepén, agosto de 2013