



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad de Educación, el Arte y Comunicación

Carrera de Comunicación

**Análisis de la influencia del vocabulario utilizado en el programa
“El Súper Show” de la radio peruana La Karibeña 94.9 FM en la
comunicación diaria de los habitantes de la parroquia Tacamoros del
cantón Sozoranga, provincia de Loja**

**Trabajo de Integración
Curricular, previo a la obtención
del título de Licenciada en
Comunicación**

AUTORA:

Gissela Beatriz Solano Ramos

DIRECTOR:

Mgtr. Carlos Antonio Granda Cruz, Lic.

Loja – Ecuador

2024

Certificación

Loja, 25 de noviembre de 2024

Mgtr. Carlos Antonio Granda Cruz, Lic.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo proceso de la elaboración del Trabajo de Integración Curricular: **Análisis de la influencia del vocabulario utilizado en el programa “El Súper Show” de la radio peruana La Karibeña 94.9 FM en la comunicación diaria de los habitantes de la parroquia Tacamoros del cantón Sozoranga, provincia de Loja**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Comunicación**, de autoría de la estudiante **Gissela Beatriz Solano Ramos**, con cédula de identidad Nro. **1150604021**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja para el efecto, autorizo la presentación para la respectiva sustentación y defensa.



Mgtr. Carlos Antonio Granda Cruz, Lic.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Autoría

Yo, **Gissela Beatriz Solano Ramos**, declaro ser autora del presente Trabajo de integración curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mí Trabajo de Titulación en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.



Firma:

Cédula de identidad: 1150604021

Fecha: 25 de noviembre de 2024

Correo electrónico: gissela.solano@unl.edu.ec

Teléfono: 0962195211

Carta de autorización por parte de la autora, para consulta, reproducción total y parcial y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular.

Yo, **Gissela Beatriz Solano Ramos**, declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Análisis de la influencia del vocabulario utilizado en el programa “El Súper Show” de la radio peruana La Karibeña 94.9 FM en la comunicación diaria de los habitantes de la parroquia Tacamoros del cantón Sozoranga, provincia de Loja**, como requisito para optar el título de **Licenciada en Comunicación**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, suscribo, en la ciudad de Loja, a los veinticinco días del mes de noviembre del año dos mil veinticuatro.



Firma:

Autora: Gissela Beatriz Solano Ramos

Cédula de identidad: 1150604021

Dirección: Sozoranga, Loja-Ecuador

Correo electrónico: gissela.solano@unl.edu.ec

Teléfono: 0962195211

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director del Trabajo de Integración Curricular: Mgtr. Carlos Antonio Granda Cruz

Dedicatoria

A Dios, quien me han brindado sabiduría, fuerza y resiliencia en cada momento de este camino académico. A mis padres por ser mi guía en todo lo que soy, por inculcarme grandes valores que me han acompañado en todos los aspectos de mi vida. Gracias por su apoyo incondicional en todo momento.

Gissela Beatriz Solano Ramos

Agradecimiento

El camino hasta aquí no ha sido fácil; he batallado contra varios obstáculos, y cada etapa ha sido un gran viaje de mucho aprendizaje, siempre de la mano de las personas que más admiro y valoro.

Agradezco profundamente a mi querida madre María, por todo su apoyo y amor incondicional en este ciclo universitario. Gracias por creer en mí y enseñarme que el sacrificio es necesario para alcanzar nuestras metas.

Mi gratitud también para mi tutor Mgtr. Carlos Granda Cruz, director del Trabajo de Integración Curricular, por su paciencia, orientación y dedicación en este arduo trabajo. Sus conocimientos han sido esenciales para el desarrollo y culminación de este trabajo de titulación.

Asimismo, quiero expresar mi inmenso agradecimiento a mis futuros colegas, los mejores compañeros del aula, Andrea, Jefferson y Héctor. Su amistad y apoyo constante se han convertido en un pilar fundamental en mi vida; gracias por formar parte de esta hermosa etapa universitaria.

Finalmente, agradezco a mi casa de estudios, la Universidad Nacional de Loja, a la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación y a la Carrera de Comunicación, por brindarme la oportunidad de formarme como profesional. Agradezco también a todos los docentes por sus enseñanzas a lo largo de este proceso académico.

Gissela Beatriz Solano Ramos

Índice de contenidos

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de tablas	x
Índice de figuras	xi
Índice de anexos	xii
1. Título	1
2. Resumen	2
Abstract	3
3. Introducción	4
4. Marco Teórico	6
4.1. Historia de la radio	6
4.1.1. <i>Evolución de la radio en América Latina</i>	7
4.1.2. <i>Historia de la radio en Ecuador</i>	8
4.1.3. <i>Historia de la radio en Perú</i>	8
4.1.4. <i>Historia de la radio en Loja</i>	9
4.1.5. <i>La radio y su rol en la sociedad</i>	10
4.2. Géneros y formatos de entretenimiento radiofónico	12
4.2.1. <i>Clasificación de géneros en la radio</i>	12
4.2.2. <i>Evolución de los formatos radiofónicos</i>	13
4.2.3. <i>Tendencias actuales</i>	14
4.2.4. <i>Preferencias de la audiencia en radio</i>	15
4.3. Radio La Karibeña 94.9 FM	16

4.3.1. <i>Parrilla de la programación de la radio peruana La Karibeña 94.9FM</i>	
17	
4.3.2. <i>Programa “El Súper Show” de Radio La Karibeña</i>	18
4.3.3. <i>Formatos radiales</i>	19
4.3.4. <i>Guión radiofónico</i>	20
4.4. Lenguaje y comunicación	21
4.4.1. <i>Generalidades del vocabulario</i>	21
4.4.2. <i>Persuasión a través de la palabra</i>	22
4.4.3. <i>La comunicación como herramienta persuasiva</i>	23
4.4.4. <i>Vocabulario adaptado a los medios de comunicación</i>	24
4.4.5. <i>Vocabulario, cultura y sociedad</i>	25
4.5. Parroquia Tacamoros	25
4.5.1. <i>Ubicación geográfica</i>	26
4.5.2. <i>Características demográficas</i>	27
4.5.3. <i>Cultura y tradiciones</i>	27
5. Metodología	30
5.1. Área de estudio	30
5.2. Procedimiento	31
5.3. Enfoque metodológico	32
5.4. Métodos de estudio	32
5.4.1. <i>Método exploratorio</i>	33
5.4.2. <i>Método inductivo</i>	33
5.4.3. <i>Método deductivo</i>	33
5.5. Fases del autor	33
5.6. Técnicas	34
5.6.1. <i>Ficha de análisis de contenido</i>	34
5.6.2. <i>Encuesta</i>	35

5.6.3. <i>Entrevista semiestructurada</i>	35
5.7. Instrumentos	36
5.8. Población y muestra	40
5.8.1. <i>Población</i>	40
5.8.2. <i>Muestra</i>	40
6. Resultados	42
6.1. Encuestas.....	42
6.2. Entrevista a expertos	53
6.3. Ficha de análisis de contenido del programa “El Súper Show”	55
7. Discusión	59
8. Conclusiones	62
9. Recomendaciones	63
10. Bibliografía	64
11. Anexos	70

Índice de tablas:

Tabla 1. Evolución de la radio en Perú	9
Tabla 2. Rol de la radio dentro del acceso a la información	11
Tabla 3. Contribución de la radio al desarrollo de las sociedades	12
Tabla 4. Formatos base de la radio	14
Tabla 5. Contenido apto para un grupo en base a la edad.....	16
Tabla 6. Programación de radio La Karibeña	18
Tabla 7. Fiestas religiosas y comerciales	28
Tabla 8. Mapa de la parroquia Tacamoros	30
Tabla 9. Lista de expertos	36
Tabla 10. Matriz de cuestionario para la encuesta	37
Tabla 11. Matriz de cuestionario para la encuesta	37
Tabla 12. Cuestionario para la entrevista.....	40
Tabla 13. Uso de palabras del programa “El Súper Show”	48
Tabla 14. Palabras de origen peruano	55
Tabla 15. Frases peruanas	57

Índice de figuras:

Figura 1. Géneros radiofónicos	13
Figura 2. Logo de Radio La Karibeña	16
Figura 3. Importancia del vocabulario para impulsar el aprendizaje	21
Figura 4. Elementos del proceso de la comunicación	23
Figura 5. Diseño de la metodología.....	33
Figura 6. Edad	42
Figura 7. Género	43
Figura 8. Nivel de estudio	44
Figura 9. Ocupación	45
Figura 10. ¿Escucha usted Radio La Karibeña?.....	45
Figura 11. Escucha el programa “El Súper Show”	46
Figura 12. Frecuencia de escucha del programa “El Súper Show”	47
Figura 13. Horario de escucha.....	48
Figura 14. Frase claro pe	49
Figura 15. Frase buscando chamba	50
Figura 16. Frase vamos por una chela	51
Figura 17. Utilización de lenguaje vulgar	51
Figura 18. Utilización de palabras en su comunicación	52

Índice de anexos:

Anexo 1. Ficha de análisis de contenido del programa “El Súper Show”	70
Anexo 2. Entrevista a expertos.....	73
Anexo 3. Evidencia de aplicación de encuestas	85
Anexo 4. Validación de instrumentos.....	86
Anexo 5. Certificado de traducción de resumen	87

1. Título

Análisis de la influencia del vocabulario utilizado en el programa “El Súper Show” de la radio peruana La Karibeña 94.9 FM en la comunicación diaria de los habitantes de la parroquia Tacamoros del cantón Sozoranga, provincia de Loja

2. Resumen

La radio es un medio de comunicación que ha tenido gran importancia a lo largo de la historia. En este se transmiten contenidos como: noticias, música, programas de entretenimiento siendo un aliado fundamental en la construcción de una sociedad crítica y participativa. Esta investigación tuvo como objetivo analizar la influencia del vocabulario utilizado en el programa “El Súper Show” de la radio peruana La Karibeña 94.9 FM en la comunicación diaria de los habitantes de la parroquia Tacamoros del cantón Sozoranga, provincia de Loja. Para esto, se adoptó una metodología de enfoque mixto, que incluyó fichas de análisis de contenido del programa, encuestas a una muestra representativa de habitantes de Tacamoros para captar sus percepciones sobre el vocabulario empleado en el programa y entrevistas a expertos en comunicación para explorar la influencia de los términos extranjeros en el lenguaje local. Los resultados mostraron que el 48,3% de los habitantes encuestados ha integrado algunas de las expresiones emitidas en “El Súper Show” en su comunicación diaria. Aunque el impacto es notable en ciertos segmentos de la audiencia, el programa aún no alcanza una influencia generalizada en toda la parroquia. Las conclusiones precisan que, debido a la alta aceptación de este programa de entretenimiento en Tacamoros, el uso de vocabulario de podría incrementarse progresivamente, consolidando su influencia en la identidad local.

Palabras Clave: radio, vocabulario, frontera, influencia, identidad.

Abstract

Radio is a communication media that has been of great importance throughout history. It transmits contents such as: news, music, entertainment programs, being a fundamental ally in the construction of a critical and participative society. The objective of this research was to analyze the influence of the vocabulary used in the program “El Súper Show” of the Peruvian radio station La Karibeña 94.9 FM in the daily communication of the inhabitants of the Tacamoros parish of the Sozoranga canton, province of Loja. For this purpose, a mixed approach methodology was adopted, which included content analysis sheets of the program, surveys to a representative sample of Tacamoros inhabitants to capture their perceptions about the vocabulary used in the program and interviews to communication experts to explore the influence of foreign terms in the local language. The results showed that 48.3% of the surveyed inhabitants have integrated some of the expressions broadcast on “El Súper Show” in their daily communication. Although the impact is noticeable in certain segments of the audience, the program has not yet reached a generalized influence in the whole parish. The conclusions specify that, due to the high acceptance of this entertainment program in Tacamoros, the use of the vocabulary could progressively increase, consolidating its influence in the local identity.

Keywords: *radio, vocabulary, border, influence, identity.*

3. Introducción

Desde su aparición a finales del siglo XIX, la radio ha sido un medio de gran importancia para la sociedad. García (1980) sostiene que este medio cumple un papel fundamental en el lugar en el que se encuentra, ya que es un medio de difusión que se sintoniza a largas distancias con la finalidad de proporcionar contenidos de interés. En la actualidad forman parte importante de la vida de las personas, especialmente de las comunidades que no tienen acceso a medios de comunicación digitales.

En el ámbito educativo y cultural ha cumplido un rol importante en la difusión de la cultura local, nacional e internacional. Por esta razón Haye (1998) menciona que “la radio en lo cultural puede poner en común experiencias generadas en ámbitos diversos, adaptándolas a las capacidades, necesidades y gustos de cada tipo de audiencia” (p.15).

En parroquias como Tacamoros, ubicada al Sur Oriente del cantón Sozoranga de la provincia de Loja, la radio juega un rol importante en la vida diaria de sus habitantes. Sin embargo, esta parroquia como otras zonas fronterizas, están influenciadas por medios de comunicación del vecino país Perú, una de estas es radio La Karibeña 94.9FM, que se recepta debido a su largo alcance.

El problema que se aborda es la posible alteración de los valores culturales locales a través de la adopción de modismos y expresiones del español peruano, fenómeno que podría estar afectando a los habitantes, de manera particular a los jóvenes de la parroquia. Esta situación plantea interrogantes sobre el equilibrio entre la preservación de la identidad local y la influencia de los medios de comunicación de alcance transfronterizo. ¿Cuál es el vocabulario utilizado en el programa de entretenimiento “El Súper Show” de la radio La Karibeña 94.9 FM y en qué nivel influye en la comunicación diaria de los habitantes de la parroquia Tacamoros?

Este estudio aporta beneficios al sector investigado al proporcionar una visión clara de la manera en que los contenidos radiales extranjeros, como los emitidos por La Karibeña 94.9 FM, impactan en el vocabulario y en la comunicación cotidiana de los habitantes de Tacamoros. Al entender este fenómeno, se pueden tomar decisiones informadas para fortalecer la identidad cultural local, promoviendo políticas de contenido que respeten y reflejen los valores propios de la comunidad.

La presente investigación aportará significativamente en la comunicación y en la sociedad, ya que permitirá analizar la influencia del vocabulario utilizado en el programa “El Súper Show” de la radio peruana La Karibeña 94.9 FM en la comunicación diaria de los habitantes de la parroquia Tacamoros del cantón Sozoranga, provincia de Loja.

Además, proporcionará una comprensión más profunda sobre cómo la población de Tacamoros percibe y adopta este tipo de vocabulario y cómo las emplean a la hora de comunicarse diariamente; y, al conocimiento académico mediático estableciendo un referente para entender las dinámicas culturales y la interrelación entre las comunidades de Perú y Ecuador.

La investigación se fundamenta en estudios previos de Veramendi (2016), Arce y Chumbe (2009) y Salinas (2007), quienes sostienen que el lenguaje de los programas de entretenimiento puede influir en las audiencias, especialmente en áreas donde la radio tiene un alto impacto. Estos estudios ofrecen un marco teórico sólido para analizar cómo el vocabulario de los medios de comunicación puede afectar la identidad lingüística en contextos fronterizos.

Los objetivos específicos que guiarán esta investigación incluyen: catalogar el vocabulario característico del programa “El Súper Show”, examinar la percepción de los habitantes de Tacamoros sobre dicho vocabulario y determinar el nivel de influencia en su comunicación diaria. La hipótesis plantea que el uso constante de expresiones extranjeras en el programa tiene un impacto significativo en el habla local de Tacamoros, modificando su léxico y generando una integración de términos externos en su comunicación cotidiana.

Una limitación relevante es la falta de acceso a datos históricos que permitan evaluar si esta influencia es un fenómeno reciente o de larga data en la parroquia. Asimismo, futuras investigaciones podrían ampliar la muestra o incluir otras zonas para obtener una visión más completa sobre el impacto de la radio extranjera en comunidades fronterizas.

4. Marco Teórico

4.1. Historia de la radio

La radio es un medio de comunicación muy versátil, y a lo largo de su historia ha llegado a posicionarse como un medio de comunicación importante e indispensable, debido a que, dentro de esta, se transmite una gran variedad de contenidos como: noticias, música, programas de entretenimiento y contenido pensado en los diferentes grupos de audiencias. En este sentido, Gil y Muñoz (1990) aseguran que “la radio puede definirse como un medio de comunicación unidireccional, bidireccional, instrumental y de recepción inmediata, que utiliza como vehículo exclusivamente el sonido” (p. 13).

Uno de los primeros medios de comunicación masiva que tuvo la sociedad para informarse sobre distintos acontecimientos, fue la radio, y de acuerdo con Ramos (2011), la radio es el único medio de comunicación que aún permanece vivo, y que desde sus inicios hasta la actualidad ocupa un espacio importante en la sociedad, de igual manera, Domínguez (2012) además expresa, que este medio de comunicación es uno de los principales y más antiguos medios masivos y que “es un medio tan importante, que la mayoría de la gente no nota que ahí está siempre, formando parte de su vida” (p. 51).

En este marco, se conoce que el nacimiento de la radio se remonta al año 1897, fecha que fue marcada por el descubrimiento de las ondas electromagnéticas por personajes como Aleksander Stepánovich, Guillermo Marconi y Nikola Tesla, quienes marcaron un antes y después al enviar una conexión inalámbrica a través del mar abierto a una distancia de seis kilómetros (Ortiz, 2022), sin embargo, se sabe que uno de los personajes principales en este invento fue Guillermo Marconi, quien al inicio solamente realizaba pruebas de transmisión con pequeños equipos, y en 1901 logró transmitir entre ciudades del mismo continente y años más tarde entre continentes, donde el código morse pasó a segundo plano, y la escucha de música y palabras tomó su lugar (Sadurní, 2024).

De esta manera la radiodifusión toma posicionamiento en países como Estados Unidos, mismo que buscaba desarrollarse creando la primera estación en New York. Adicionalmente, países como Gran Bretaña, Francia, Chile y Argentina también empezaron a hacer transmisiones radiales, incluyendo contenidos informativos, en medios como British Broadcasting Corporation y la Columbia Nexus Service, y ya en el siglo XX, se fue dejando de lado herramientas como el micrófono de carbón, ya que la

radio empezó a mostrar ciertos cambios con el fin de mejorar los contenidos que se emitían (Editorial Etecé, 2024).

Además, es importante mencionar que, con la evolución radiofónica, también aparecieron dos tipos de frecuencias características de este medio de comunicación: la Frecuencia Modulada, conocida por sus siglas “FM”, se caracteriza por brindar un sonido más claro y sin ninguna interferencia, mientras que la Amplitud Modulada o “AM” brinda un mayor alcance a distancias más largas en comparación con la anterior (Domínguez, 2012).

En este sentido y de la mano con los inicios de la radio, la música se posicionó dentro de la parrilla de programación como un contenido capaz de brindar entretenimiento a las audiencias, mostrando por primera vez la importancia y los efectos que esta tenía al ser transmitida, es por esto que se considera que no existe un formato o género musical específico para ser transmitido dentro de la radio, sino que por el contrario, la transmisión musical dependía y depende netamente de la época y las tendencias sociales (Tudesa, 1982).

4.1.1. Evolución de la radio en América Latina

Durante el siglo XX ya se conocía el gran alcance que la radio tenía y el futuro prometedor que se veía venir para la radiodifusión debido a la facilidad de recepción con las audiencias. Es así que, a lo largo de esos años, la llegada de la radio a América Latina tuvo un alcance e impacto significativo.

Este medio ha traspasado fronteras a nivel global, al transmitir una infinidad de contenidos informativos y de entretenimiento ha logrado obtener una audiencia fidelizada en cuanto al consumo de estos contenidos, siendo así, que Rivadeneira (2016), considera a la radio como un medio de comunicación interpersonal que informa, investiga y conecta poblaciones, llegando incluso a tener un mayor alcance que el periódico, y según Kaplún (1999) “la radio sabe que la gente tiene mil cosas que hacer y otras mil en qué pensar. Ella está ahí, al lado de quien la llame, siempre disponible, ningún medio de comunicación es más generoso que la radio” (p. 45).

Ahora bien, dentro de América Latina la radio tardó en llegar aproximadamente 14 años después de su primera aparición, y fue Argentina el país pionero en Latinoamérica

en tener la radio, siendo el tercer país en el mundo en obtener este medio de radiodifusión en el año de 1920, después de Inglaterra y Estados Unidos. Esta radio operaba desde la ciudad de Buenos Aires, transmitiendo deportes como box y fútbol (Latinoamérica y Ravt, 2023).

En Latinoamérica se dieron varios acontecimientos significativos para la radio, y en el año de 1930, este medio logró tener un apoyo favorable de los gobiernos de turno de Argentina y México, siendo así que estas dos radios operaban en cada país y los contenidos que se difundían para la ciudadanía eran las noticias y canciones logrando tener una buena sintonía del medio (Santa, 2021). Adicionalmente y después de la Segunda Guerra Mundial, la radio tuvo un gran impacto, ya que se empezaron a crear diversas emisoras en distintos países de Latinoamérica, llegando a convertirse en un medio de comunicación indispensable en la vida de las personas.

4.1.2. Historia de la radio en Ecuador

La historia de la radio en Ecuador está compuesta de momentos significativos y memorables para la construcción cultural, educativa y de desarrollo social, y aunque no existe la suficiente información para documentar sus avances en el paso de los años, se conoce que la radio en Ecuador, empezó a funcionar entre los años de 1925 y 1927, después de que se instalaron equipos de radiodifusión en la ciudad de Guayaquil. La primera radio en operar fue Radio París, emitiendo su señal en onda corta, dentro de la ciudad y sus alrededores. Años más tarde se crearon estaciones radiales en Quito y Guayaquil, iniciando sus transmisiones en 1931. En este sentido, y gracias a la aceptación que tuvieron estas radios en el país, el resto de la población puso en funcionamiento más frecuencias radiales como una forma de negocio rentable, creando de este modo una gran saturación de contenido y de radiodifusoras (Ruiz, 1990).

4.1.3. Historia de la radio en Perú

Así como en la mayor parte de países de Latinoamérica e incluso a nivel mundial, la radio también es uno de los medios más populares de Perú, y su historia se remonta al año de 1925, época en la que se vio la aparición de la primera estación radial llamada “OAX” (Bustamante, 2005), sin embargo, un año después este medio cerró su emisora por falta de recursos financieros y otro año más tarde, con el apoyo del estado peruano se

logra volver a convertir a esta emisora en el medio de comunicación más importante del Perú.

Este medio de difusión tuvo un gran impacto en la sociedad, por lo que este país experimentó el surgimiento de muchas estaciones radiales, y cada una de estas emisoras ofrecían contenidos de noticias, música y entretenimiento, el mismo que fue aceptado por la gente desde que se pudo llegar a sintonizar.

Tabla 1.

Evolución de la radio en Perú

AÑO	SUCESO
1925	Primera transmisión que realizó OAX AM.
1926	El Estado peruano asumió la propiedad de la emisora
1934	Aparecieron nuevas emisoras radiales
1937	Las emisoras radiales contaron con el respaldo del Gobierno y de sus propietarios
1940 hasta la actualidad	Los medios radiales han tenido muy buena acogida

Nota. Adaptado de Día Mundial de la Radio: *Conoce cuándo llegó al Perú y algunas curiosidades*, Diario Perú 21, 2021. <https://acortar.link/IXFEuo>

4.1.4. Historia de la radio en Loja

La historia de la radio en Loja se remonta desde el siglo XX, esta surge con la necesidad de brindar conexión a la ciudadanía para que logre estar informada sobre lo que sucedía en la ciudad, en el país y a nivel global.

Este medio de comunicación radial se creó con la finalidad de brindar un servicio a los lojanos, y según Armijos (1990) en el año 1935, la ciudad de Loja ya contaba con cuatro o cinco estaciones de radio y de propiedad privada, una de ellas pertenecía al Centro Cultural de Independencia, ubicado en la parroquia San Sebastián, cuyas instalaciones se situaban en una casa particular donde el público recurría a escuchar las noticias que se transmitían.

Años después empezaron a surgir nuevos medios de comunicación radiales, una de ellas fue Radio Coro Santa Cecilia y de acuerdo con Mora (2012), esta estación operaba con la finalidad de contribuir a favor de los protervos fines bélicos que inspiraron el conflicto de 1942.

Por otra parte, Andrade (2021), explica el nacimiento de estaciones radiales a partir del año 1948 con Radio Ondas de Zamora, la que transmitía una programación variada. Años después Radio Centinela del Sur, comenzó a operar en el año de 1958, emitiendo una señal en onda corta y de buena calidad. En 1960 se creó la estación Radio 18 de noviembre, con la finalidad de que los ciudadanos participen en un proyecto de creación de viviendas y para temas de política. Tres años más tarde se creó Radio Ondas Lojanas y en el año de 1967 se fundó la Radio Luz y Vida, la misma que se emitía en señal corta y con una programación distinta a las demás radios, esta emisora es de carácter religioso.

En el año de 1976 se inauguró Radio Fantasía Stereo y un año más tarde Radio Nacional del Ecuador con la finalidad de que en esta se transmitan temas de carácter nacional y música nacional. También en el año 1980. Radio Matovelle inicia con sus operaciones difundiendo temas y música variada, además de los anuncios publicitarios; en 1982 se fundó Studio 97.9FM Stereo, que años más tarde se cambió al nombre de Radio Loja. Finalmente en el año 2000, Radio Universitaria comenzó a operar en el dial de frecuencia modulada (p. 21-22).

4.1.5. La radio y su rol en la sociedad

A pesar de los avances tecnológicos y la adaptación a la que la radio ha tenido que someterse en diferentes contextos, no quita de lado que sigue posicionada como un medio de comunicación de gran alcance. De acuerdo con Pecino (2020) indica que, en la era tecnológica actual, este medio de comunicación sigue posicionado como el mejor por diferentes razones, y es que, ningún otro medio de comunicación tiene el mismo alcance de sintonía, además que este facilita la accesibilidad para toda la población.

Asimismo, la autora menciona que dentro de la radio existe una clasificación en dos importantes roles: la radio como acceso a la información y su contribución al desarrollo de las sociedades.

- **La radio como acceso a la información:** La radio como una parte de acceso a la información se ha considerado como una herramienta poderosa para conocer más a través de los contenidos mediáticos, educativos y de entretenimiento en las diferentes partes del mundo, y aunque la internet ha ganado posicionamiento en

la era actual, sigue siendo muy útil en la sociedad sin que ningún otro medio haya podido reemplazarlo.

- Siguiendo con la misma idea, Pecino (2020) menciona aspectos importantes que describen el rol que tiene la radio dentro del acceso a la información, mismos que se explican en la siguiente tabla:

Tabla 2.

Rol de la radio dentro del acceso a la información

ASPECTOS	DESCRIPCIÓN
Democrática	No tiene restricción alguna, en la que cualquier tipo de personas puede acceder a la información.
Bajo costo	Al momento de la adquisición de este servicio radial y de la producción, ya que a diferencia de otros medios de comunicación, esta requiere de menos recursos.
Inmediata	Permite que la información llegue de inmediato sin ninguna limitación.
Flexible	El receptor puede hacer uso de la misma, mientras está realizando cualquier actividad.
Creíble	Es el medio de comunicación que tiene mayor credibilidad.

Nota. Adaptado de *La importancia de la radio en los países en desarrollo* de Pecino, 2020.

<https://acortar.link/89L94e>

- **Contribución al desarrollo de las sociedades:** Por otro lado, la radio también tiene como rol principal, la contribución al desarrollo de las sociedades, ya que brinda la facilidad de acceso a la información, mientras que a su vez aporta en el fortalecimiento y apoyo de grupos sociales que lo necesitan: educando, informando y convirtiendo a sus audiencias en ciudadanos capaces de generar pensamiento crítico en cuanto al contenido que consumen, lo que permite su desarrollo personal y social. En este sentido, Pecino (2022) afirma que “la contribución de este medio de comunicación en las comunidades va más allá del acceso a la información” (p. 2), y que además brinda la oportunidad de alfabetización mediática.

Tabla 3.

Contribución de la radio al desarrollo de las sociedades

ASPECTO	DESCRIPCIÓN
La radio como altavoz	Brinda espacios para cualquier tipo de persona, permitiendo la participación de opiniones de las distintas sociedades.
Potente transmisor de cultura	Es el medio más adecuado para preservar y dar a conocer las diversas culturas que existen en cada rincón del mundo.
Herramienta de empoderamiento	Se encarga de dar voz a quienes no tienen voz, sobre todo a las distintas comunidades que no son escuchadas, las mujeres, niños, etc.
Eficaz para prevenir y preparar a la población ante desastres	La radio cumple un papel muy relevante en este caso de emergencias por lo que proporciona información valiosa y es de manera inmediata.

Nota. Adaptado de *La importancia de la radio en los países en desarrollo* de Pecino, 2020. <https://acortar.link/89L94e>

4.2. Géneros y formatos de entretenimiento radiofónico

4.2.1. Clasificación de géneros en la radio

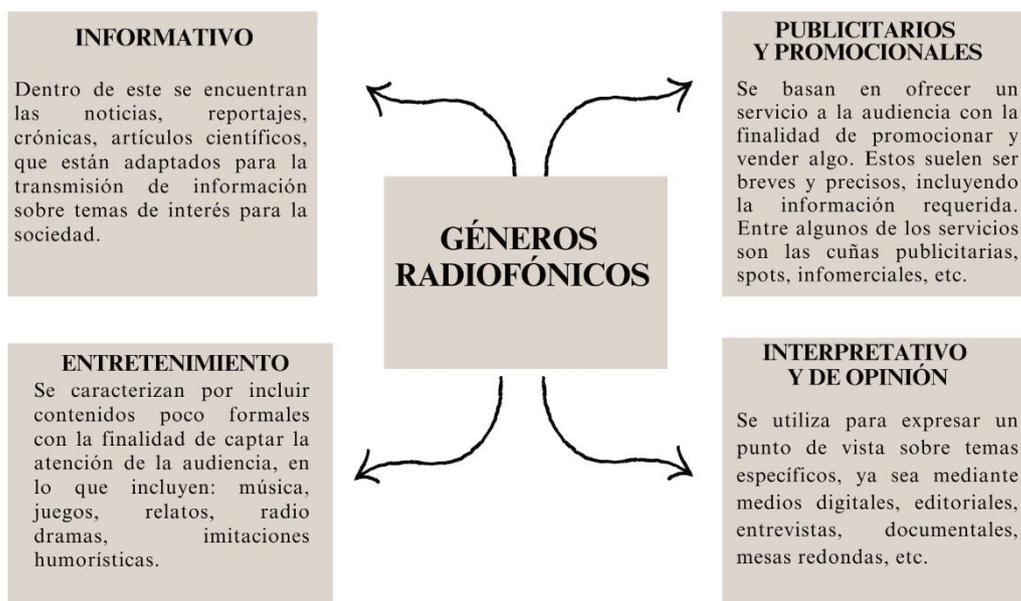
El saber segmentar a las audiencias es importante a la hora de clasificar y crear contenidos, además, entender que cada audiencia tiene necesidades diferentes, dependiendo de la ubicación geográfica y aspectos culturales de las mismas, ayuda a que este tipo de medios de comunicación puedan hacer un estudio minucioso y saber cómo organizar sus contenidos a transmitir.

De igual manera, Brunet (2013) sostiene que, es importante que los géneros musicales dentro de la radio estén adaptados en aspectos históricos- culturales, es decir, que cada estación o programa radiofónico debe cumplir con formatos aptos para el sector donde se encuentre. Sin embargo, en la mayor parte de estaciones radiales existen géneros que son base dentro de su parrilla de programación.

En este sentido, Avilés (2022) establece cuatro géneros principales de lo radiofónico (p. 9):

Figura 1.

Géneros radiofónicos



Nota. Adaptado De la radio al podcast de Avilés, 2022. <https://doi.org/10.26422/aucom.2022.1102.avi>

4.2.2. Evolución de los formatos radiofónicos

Los formatos radiofónicos se crearon con la finalidad de desglosar y dirigirse para cierto tipo de audiencias, y de acuerdo con Dominick (2007) “la forma más significativa de clasificar las estaciones de radio va de acuerdo con el formato, es decir el tipo de programación diseñada para atraer a un segmento de la audiencia en particular” (p. 179).

Después de 1960 la radio ha estado resaltada por formatos ya existentes y bien definidos, sin embargo, con la era digital se ha visto en la necesidad de adaptar estos formatos para atraer a cierto tipo de audiencias, más específicamente, a los nativos digitales, considerados como aquellas personas que nacieron en la época de lo digital y lo tecnológico, y que no conocieron la radio tradicional.

En este sentido, Dominick (2007) autor del libro *La dinámica de la Comunicación Masiva*, presenta tres formatos base y necesarios de la radio: musical, de entretenimiento/noticias y étnico.

Tabla 4.

Formatos base de la radio

FORMATO	EVOLUCIÓN
Musical	<ul style="list-style-type: none">- En 2002, los formatos más populares eran el Urbano y el de Adulto Contemporáneo.- El formato está diseñado principalmente para audiencias jóvenes.- Otro formato de música popular son Top 40 o Contemporary Hit Radio y Country.
Entretenimiento y noticias	<ul style="list-style-type: none">- Ha existido indirectamente desde el inicio de la radio.- Cada vez es más popular en la banda de AM, abarcando el 16 por ciento de la audiencia.- Era dirigido únicamente a un público masculino de entre 25 a 54 años de edad.- Actualmente exige que el público se concentre en seguir las ideas, independientemente de la segmentación de la audiencia.
Étnico	<ul style="list-style-type: none">- Se centra en un público espectacular y definido por su raza y nacionalidad.- En Estados Unidos existían 175 estaciones destinadas a la población negra y 260 a los hispanos.- Hoy en día en el mayor de los casos los programas están destinados a una audiencia segmentada por gustos y no por raza.

Nota. Adaptado de *La dinámica de la Comunicación Masiva* de Dominick, 2007.

4.2.3. Tendencias actuales

Las tendencias son situaciones o momentos que llegan durante ciertos periodos de tiempo con la finalidad de cubrir o crear ciertas necesidades, y dentro de la radio estas han ido evolucionando debido a los cambios que se presentan en la era digital y con las distintas generaciones.

Es por esto que, Espada (2017) y Avilés-Rodilla (2019), argumentan que este tipo de tendencias nacen debido a la adaptación que deben tener los medios con las audiencias:

Se puede conceptualizar al ecosistema radiofónico post broadcasting como el conjunto de emisoras radiofónicas tradicionales y la presencia de una amplia variedad de actores que conviven y compiten por satisfacer necesidades similares. Es decir, implicaría pensar en la suma e interacción de todos aquellos actores que producen y distribuyen contenidos. (p. 10)

Adicional a esto y de acuerdo con algunos autores, las tendencias dentro de los aspectos radiofónicos actuales se llegan a clasificar en: radios online, *podcasts*, y plataformas *streaming*.

- **Radios online:** son radios que se crean para funcionar o sostenerse en la web como único método de distribución. En este grupo de radios se encuentran actores independientes, actores corporativos o comerciales y otros institucionales (Espada, 2017).
- **Podcasts:** es una herramienta auditiva en línea que se puede descargar. De acuerdo con Sobrinho y Tallei (2011), el podcast se define como “un archivo audio gratuito, que podemos descargar y oír de un ordenador, reproductor mp3, teléfono móvil y luego se escucha sin la necesidad de internet” (p. 237), el cual permite conocer a las audiencias sobre temas específicos, brindando una experiencia auditiva gratificante.
- **Plataformas de *streaming*:** ofrecen servicios en línea y brindan a los usuarios el acceso a diversos contenidos multimedia, audio, etc. Además, la presencia de estas plataformas disputa el rol de las radios tradicionales como prescriptores musicales debido a su facilidad de acceso y variedad de contenido (Espada, 2017).

4.2.4. Preferencias de la audiencia en radio

Las preferencias de la audiencia pueden variar dependiendo de distintos factores como la geografía, edad, género, cultura, horarios, intereses y generación a la que pertenecen, en este sentido, Barnhart (2021) menciona que “la segmentación de audiencias es el proceso de identificación y segmentación de clientes relevantes en función de factores que incluyen datos demográficos, intención de compra e intereses personales” (párr. 8), es decir que dentro de la comunicación y específicamente dentro de la radio, las audiencias estarían segmentadas acorde a edades y gustos de contenido para que cada transmisión tenga una buena sintonía, ya que si se transmite sin prestar atención estos factores, los resultados en cuanto a su alcance, no van a ser lo suficientemente favorables o rentables para el medio de comunicación.

Asimismo, Dominick (2007) indica que la audiencia precisa de una estación depende del formato del medio de comunicación y explica que cada uno de estos medios debe regirse hacia aspectos clave en la segmentación de audiencias, y que uno de estos

aspectos es considerar la edad de los usuarios a los que se busca llegar con la diferente programación.

Tabla 5.

Contenido apto para un grupo en base a la edad

AUDIENCIA	PREFERENCIAS
12-24 años	Estaciones con formato del Top 40
30-50 años	Programas de éxitos musicales más conservadores y de información
25-35 años	Estaciones de música Country

Nota. Adaptado de *La dinámica de la Comunicación Masiva* de Dominick, 2007.

Las preferencias de la audiencia varían dependiendo de la edad, es por ello que, los jóvenes de 12 a 24 años de edad tienen una inclinación en tendencias con formato del top 40, por la inclinación a tendencias más populares y éxitos más recientes de la actualidad. Por otra parte, las personas en el rango de edad de 30 a 50 años de edad, prefieren programas con música tradicional y programas con géneros informativos, ya que son de su preferencia. Finalmente la audiencia de 25 a 35 años, optan por escuchar estaciones radiales que transmiten música Country, evidenciando una ligera inclinación por géneros que pueden estar relacionados con su identidad cultural o su diario vivir.

4.3. Radio La Karibeña 94.9 FM

Figura 2.

Logo de Radio La Karibeña



Nota. Adaptado de página web de Radio La Karibeña, 2024. <https://lakaribena.com.pe/>

Dentro del territorio peruano y cerca de la frontera con la república ecuatoriana se asienta Radio “La Karibeña”, la cual tiene como característica principal, una amplia

cobertura en cuanto a la transmisión de contenidos, mismos que llegan a ser escuchados en varios sectores del país fronterizo: Ecuador.

Este medio de comunicación tiene su origen en el año de 1994 en la ciudad de Chiclayo, al norte del Perú, y fundada por Higinio Capuñay. Esta emisora radial fue lanzada al aire el 17 de diciembre de 1998 en las ciudades de Arequipa y Chiclayo, empezando a transmitir contenidos musicales como la cumbia, salsa, boleros, merengue y vallenatos a través de la frecuencia 97.3 MHz FM.

Desde el año de 1999, esta radio empezó a establecer alianzas con otras estaciones de la región y en ese mismo año, su fundador comenzó a adquirir estaciones de radio en diversas ciudades del Perú. Esto con la finalidad de extender la cobertura de radio La Karibeña, la cual tuvo un éxito rotundo, ya que empezó a crecer fuera de la ciudad de Lima (Media Ownership Monitor, 2016).

El 28 de febrero del 2009, este medio ingresó al mercado de Lima con la compra de la estación “Radiomix” la cual pasó de transmitirse por la frecuencia 94.9 MHz, para dirigir un programa netamente direccionado para toda la ciudad de Lima, llegando así, a posicionarse como la segunda emisora más escuchada en ese año dentro del Perú. Gracias a esto se llegó a considerar a esta fecha y este acontecimiento como el año de su fundación debido al gran alcance nacional que tuvo este medio de comunicación, lo que permitió, además, la creación de su primer y único eslogan hasta la actualidad “si suena” (Logopedia, 2024).

Actualmente, Radio “La Karibeña” 94.9 FM, se emite de forma tradicional y en sus plataformas digitales, llegando a ser de las primeras radios preferidas en el país. La emisora se especializa en la difusión de música cumbia, tropical y aquello a lo que se conoce como música alegre, y cuenta con una selección de canciones que representan estos géneros, tomando en cuenta que unos de sus objetivos como un medio de radiodifusión, es mantener a sus oyentes en un ambiente festivo y alegre, disfrutando de su gran variedad de ritmos musicales (EstacionesFM, 2024).

4.3.1. Parrilla de la programación de la radio peruana La Karibeña 94.9FM

Las parrillas de programación son un conjunto de programas que se encuentran organizados de una manera muy detallada con lo que el medio de comunicación ofrece a

su audiencia, dentro de estas se encuentran los horarios, segmentos, nombres de programas, día, hora e incluso al público que está dirigido el programa (Martí, 2015).

Dentro de la radio “La Karibeña” 94.9 FM, la parrilla de programación es extensa, variada y dirigida a varias audiencias ya antes segmentadas. A continuación, se describen las programaciones que se emiten a través del medio.

Tabla 6.

Programación de radio La Karibeña

HORARIO	DÍA	NOMBRE DEL PROGRAMA
12:00 am-01:00am	Lunes-Sábado	Serenata Karibeña
01:00am-5:00am	Lunes-Sábado	Ricas Amanecidas
5:00am-6:00am	Lunes-Sábado	Sentimiento Karibeña
7:00am-10:00am	Lunes-Sábado	El Súper Show de la Karibeña
10:00am-12:00pm	Lunes-Viernes	Ke Rica mañana
12:00pm-13:00pm	Lunes-Viernes	Fiesta Karibeña
13:00pm-14:00pm	Lunes-Viernes	El Show del Cumpleañero
14:00pm-17:00pm	Lunes-Viernes	Habla kausa
17:00pm-18:00pm	Lunes-Viernes	La Hora de Publicherry
18:00pm-19:00pm	Lunes-Viernes	Karibeña en vivo
19:00pm-20:00pm	Lunes-Viernes	Los KaribePedi2
20:00pm-11:59pm	Lunes-Viernes	Noche en el Karibe
9:00am-10:00pm	Sábado-Domingo	La Ruleta Karibeña
10:00pm-11:00am	Sábado-Domingo	Los KaribePedi2
11:00am-12:00pm	Sábado-Domingo	La Hora Regalona
12:00pm-13:00pm	Sábado-Domingo	Fiesta Karibeña
13:00pm-14:00pm	Sábado	El Show del Cumpleañero
14:00pm-15:00pm	Sábado-Domingo	Los KaribePedi2
15:00pm-18:00pm	Sábado	Tardes en el Karibe
18:00pm-19:00pm	Sábado-Domingo	Karibeña en vivo
19:00pm-20:00pm	Sábado-Domingo	Los KaribePedi2
20:00pm-11:59pm	Sábado-Domingo	Fiesta Karieña
12:00am-6:00am	Domingo	Fiesta Karieña
6:00am-9:00am	Domingo	Domingo en el Karibe
13:00pm-14:00pm	Domingo	Tardes en el Karibe
14:00pm-15:00pm	Domingo	Los KaribePedi2
15:00pm-18:00pm	Domingo	Domingos en el Karibe

Nota. Adaptado de *Radio La Karibeña*, 2024.

https://radiokaribena.pe/programacion1/#google_vignette

4.3.2. Programa “El Súper Show” de Radio La Karibeña

El programa “El Súper Show de la Karibeña” es un programa de entretenimiento que se transmite por la radio peruana La Karibeña 94.9 FM, adicionalmente su emisión se expande en vivo mediante las diferentes plataformas de este medio de comunicación,

en un horario de 7:00 a 10:00, de lunes a viernes. En este programa se encuentra dentro de los formatos de entretenimiento, ya que, principalmente se transmite géneros musicales propios de la cumbia peruana, también en el programa se hace entrevistas a grandes personajes que presentan a este género musical en el Perú; además se caracteriza por tener una programación llamativa y con interacciones entre los conductores del programa y la audiencia que los escucha.

4.3.3. Formatos radiales

Dentro de los programas radiales se puede encontrar diferentes formatos que dependen directamente del tipo de programa que se lleva a cabo, mismos que busca responder a las distintas necesidades de las audiencias, en este sentido, Martí (2015) define que los formatos radiales son especializaciones que tiene la radio en sus distintos contenidos, rigiéndose en una estructura formal y repetitiva.

Por otra parte, Kaplún (1999), propone y describe una serie de formatos que van de acuerdo a los contenidos y que hablan sobre temas con una estructura definida:

- **Formatos dramatizados:** Este tipo de formatos se basan en la representación de historias o situaciones con la finalidad de entretener a las audiencias. Estos son considerados como los más llamativos por su estructura, ya que es muy dinámica.
- **Formatos dialogados:** Se basan en generar conversaciones entre dos o más personas que buscan aportar en diferentes ámbitos, ya sea, educativos, económicos, sociales y culturales. Dentro de este formato podemos encontrar: entrevistas, debates, mesas redondas o programas de llamadas.
- **Formatos informativos:** En este espacio la radio permite informar a las personas sobre temas de relevancia en la sociedad, aquí podemos encontrar: noticieros, boletines informativos, entrevistas informativas y programas de análisis.
- **Formatos culturales:** Se basa en la creación de contenido de interés cultural que tiene como finalidad difundir diferentes costumbres y tradiciones de una cultura, tales como: música, literatura, arte, historia y patrimonio.

- **Formatos musicales:** Este tipo de formatos se centra en la música como protagonista principal. Puede incluir Top 40, estaciones temáticas, música local o regional y programas especializados.
- **Formatos deportivos:** Se lo considera como uno de los espectáculos radiofónicos por excelencia y se centra en la cobertura de las diferentes categorías deportivas, y dentro de este formato se puede incluir: transmisiones en vivo, entrevistas a deportistas, análisis y debate deportivos.
- **Formato de anuncios:** Según Kaplún (1999), el formato de anuncio debe ser corto y persuasivo para promocionar un evento, producto o servicio con la finalidad de llegar a tener una gran visibilidad sobre lo que se está lanzando.

4.3.4. Guión radiofónico

El guión radiofónico es una estructura que se usa para llevar a cabo o dirigir un programa de radio, y se considera como la narración completa y ordenada de los contenidos del programa, teniendo en cuenta las características del medio de radiodifusión (Sánchez, 2012).

Asimismo, se define a este tipo de guión como una herramienta indispensable en el manejo de un programa radial, y Godínez (2010) lo describe como una “hoja de ruta, la organización en orden temporal de los elementos que se combinan para entender la producción radiofónica. Lo importante es que el guión sea fácil de comprender, tenga veracidad y criterios formados” (p. 27), lo cual permite que el desarrollo de la programación establecida no se lleve a cabo a ojos cerrados, sino que por el contrario se tengan controlados todos los aspectos para el éxito de la transmisión.

En este marco, podemos encontrar dos tipos de guiones: los guiones para programa en vivo y guiones para enlatado.

- a) **Guión para programa en vivo:** Es importante destacar que un guión se elabora con la finalidad de seguirlo al pie de la letra para tener una programación exitosa, donde todo lo que se dice o se hace se encuentra previamente calculado, y según Godínez (2010) todo lo escrito en el guión será dicho en el programa, palabra por palabra, es decir, que el guión debe estar bien estructurado, calculando cada palabra y minuto dentro del programa (p. 28).

b) Guión para enlatado: No obstante, Godínez (2010) también menciona otro de los guiones comunes en el ámbito radiofónico es el guión enlatado, y que lo importante del mismo es que “es que se puede ubicar las cosas como si fueran ladrillos de una construcción” (p. 31), es decir, que permite llevar elementos como: voces, sonidos, música, etc., donde se desea o se cree que encajan mejor, haciendo caso a la creatividad pero sin dejar de lado la estética auditiva.

4.4. Lenguaje y comunicación

4.4.1. Generalidades del vocabulario

El vocabulario es un instrumento de suma importancia para el progreso individual y profesional de las personas, independientemente de su edad, género o etnia, ya que desde niños es importante la adquisición de un buen vocabulario como base, ya que conforme el ser humano se desarrolla, su vocabulario también.

Según la Real Academia de la Lengua Española (RAE), el vocabulario es el conjunto de palabras que pertenecen a un idioma y a un campo semántico que puede ser usado en un contexto determinado. Por otro lado, Coelho (2024) establece que el vocabulario es sinónimo de léxico y que el conjunto de unidades léxicas llegan a integrar una lengua.

Figura 3.

Importancia del vocabulario para impulsar el aprendizaje



Nota. Adaptado de *La importancia del vocabulario para impulsar el aprendizaje* de Uribe, 2022.
<https://acortar.link/YReLfh>

La importancia del vocabulario se manifiesta en diversos aspectos, desde lo académico, lo profesional e incluso en el desarrollo personal. Para Uribe (2022), el vocabulario es importante para asegurar el aprendizaje durante el resto de la vida. Así mismo establece ciertos parámetros que describen la importancia del vocabulario en la vida diaria y lo que se puede llegar a conseguir gracias a un buen uso.

La práctica de vocabulario implica impartir conocimientos, aprender y utilizar correctamente las palabras del idioma, ya que saber y conocer sobre un vocabulario significa dominar ciertas palabras. Dentro de este contexto, Pérez y Merino (2023) mencionan que existen varios tipos de vocabulario, pero hay dos que son los más conocidos y que se ven presentes en la vida cotidiana de las personas: el vocabulario activo y el vocabulario pasivo. El vocabulario activo es el que entendemos y utilizamos, mientras que el pasivo es el que entendemos, pero no llegamos a utilizar.

Por lo tanto, se considera que el vocabulario es un elemento esencial para el aprendizaje, la comunicación efectiva y sobre todo para el desarrollo o crecimiento individual, por lo que Capdevila (2014) asegura que el simple hecho de dominar el vocabulario permite entablar desde una conversación fluida hasta una mejor relación interpersonal, donde comunicarse de forma colectiva no resulta complicado.

4.4.2. Persuasión a través de la palabra

El lenguaje es un elemento fundamental en la comunicación de las personas, ya que tiene un poder único para incidir en los comportamientos, sentimientos y emociones de los demás. Pues, a través de la palabra se puede transmitir ideas con la intención de motivar a tomar decisiones. Según la RAE, la palabra significa “unidad lingüística” que contiene un significado y esta se separa por pausas en la pronunciación y en espacios en su escritura, los cuales ayudan a crear palabras y frases entendibles.

Por otro lado, Luria (1980) define a la palabra como “la célula del lenguaje” es decir que las palabras, al ser elementos esenciales del lenguaje, tienen la capacidad de crear vínculos y organizarse en códigos que permiten la comunicación fluida entre las personas (p. 246).

4.4.3. La comunicación como herramienta persuasiva

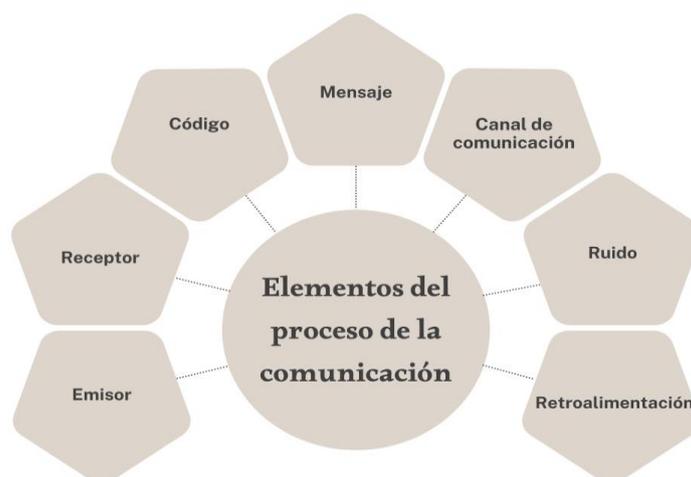
La persuasión es un proceso orientado a cambiar los comportamientos de personas hacia una nueva idea mediante el uso de la palabra. Según Llacuna y López (2005) la persuasión es “una forma consciente e intencional de manipulación informativa, cuyo (objetivo es la orientación de las actitudes y del comportamiento de los receptores, influyendo mental, afectiva y cognitivamente en los destinatarios del mensaje a través de diversos medios psicosociológicos” (p. 5), es decir, la persuasión busca convencer e involucrarse en las actitudes de las personas, en este caso a través de la comunicación.

Dentro de este contexto se plantea una estrecha relación entre la comunicación y persuasión, ya que ambos son elementos de aprendizaje y enseñanza, es por ello que González (2018) menciona que la comunicación persuasiva “es el proceso mediante el cual un individuo (comunicador) transmite estímulos (por lo general de tipo verbal) para modificar la conducta de otros individuos” (p. 188), haciendo que el éxito de la persuasión dependa netamente de la forma en cómo se llevó a cabo la comunicación.

Sin embargo, el saber formular estrategias de persuasión implica la intervención de todo un proceso comunicativo.

Figura 4.

Elementos del proceso de la comunicación



Nota. Adaptado de *Elementos de la comunicación: tipos y ejemplos* de Espinosa, 2023. <https://acortar.link/8dTw6O>

Espinosa (2023) detalla siete elementos del proceso de la comunicación: a) emisor, que es quien emite el mensaje, b) receptor, es quien recibe el mensaje, c) código,

son los signos que conforman el mensaje, d), mensaje, es lo que se transmite, e) canal de comunicación, es el medio por lo que se emite el mensaje, f), ruido son las interferencias en el proceso comunicativo, y g) retroalimentación son las respuestas cuando se ha recibido un mensaje.

Por otra parte, Delgado (2015) menciona que el proceso de comunicación se genera desde una idea y que puede ser transmitida de manera verbal o no verbal, dónde se da la participación de emisor y receptor para generar persuasión con la finalidad de que el mensaje que se transmite genere una retroalimentación. Explica que la interacción que existe entre quien emite el mensaje y quien lo recibe, puede darse de diferentes manera y en diferentes contextos, ya que se puede persuadir no solamente a través de conversaciones verbales directas, sino que también se puede llevar a cabo de forma no verbal e indirecta, a través de contenido multimedia, como posters, fotografías, audios o videos, donde no siempre se ven involucradas dos personas cara a cara, sin embargo existe *feedback* mediante interacciones, consumo o incluso quejas.

4.4.4. Vocabulario adaptado a los medios de comunicación

El lenguaje que se utiliza dentro de los distintos medios de comunicación juega un papel muy importante en la construcción de narrativas al transmitir la información, por ello, Casares (2010) expresa que, al hacer el uso del lenguaje como instrumento para la divulgación de noticias, se ejerce una influencia que debería ser positiva pero que, por diversas causas son negativas y están contribuyendo a que los oyentes adopten una gran cantidad de errores lingüísticos, volviendo necesaria una alfabetización en cuanto a los medios de comunicación.

Dentro del vocabulario adaptado a los diferentes medios de comunicación se presentan algunas características que lo diferencian del lenguaje cotidiano, Domenech (2020) detalla que algunas de estas características dependen de los tipos de medios como: 1) prensa: Vocabulario breve, conciso y claro; 2) televisión: Vocabulario sencillo y directo; 3) radio: lenguaje estándar.

Además, dentro de la radio se utiliza un lenguaje radiofónico que se diferencia del resto de los medios de comunicación, y hace referencia a un conjunto de recursos y técnicas de oralidad que se usan para llevar a cabo la difusión de información radiofónica, al que Toro (2011) lo define como:

[...] manejar profesionalmente la comunicación interna y externa de su producción, significa que es una mezcla de elementos [...]. La palabra, la música y los sonidos conforman el lenguaje radiofónico, todos aquellos elementos generan una combinación periodística que impacta y atrae a la sociedad. (p. 40)

Adicionalmente, Fernández (2004) refuerza en la idea de que el lenguaje que se usa en la radio es una sucesión ordenada continua y con un significado elaborado por el ser humano, que engloba un lenguaje único y con características particulares dependiendo de la situación como: la palabra, la música, los efectos de sonido y los silencios.

4.4.5. Vocabulario, cultura y sociedad

El lenguaje es una herramienta importante en la comunicación diaria de las personas y está conectando a la sociedad y a las diferentes culturas en distintas partes del mundo.

Coseriu (1981) menciona que “la relación entre lenguaje y cultura puede entenderse que el lenguaje es una forma fundamental de la cultura, el lenguaje refleja la cultura no lingüística y así manifiesta los saberes, las ideas y las creencias acerca de lo conocido” (p. 17), es decir, que el lenguaje no solo es un elemento de transmisión de ideas, sino que también forma parte de una cultura.

Por otra parte, Lévi-Strauss (1969, como se citó en Loubna, 2021), indica que “el lenguaje es susceptible de ser tratado como un producto de la cultura, o sea, una lengua, usada en una sociedad, refleja la cultura general de la población” (p. 52), de esta manera se entiende que a medida que se desarrolla una cultura también se desarrolla el lenguaje. Adicional a esto, Romero (1991) asegura que las personas que adoptan una nueva lengua como forma de expresión, entran en un proceso al que se denomina como “interacción cultural” (p. 179), debido a que el lenguaje como hecho cultural ha sido aprobado por la mayoría de lingüistas tomándolo como una forma de “cultura universal”, ya que mediante este se puede a dar a conocer la esencia de la persona y de su contexto, que es lo más similar a lo cultural.

4.5. Parroquia Tacamoros

A esta parroquia, se le atribuye el nombre de Tacamoros, ya que a los primeros pobladores que habitaron este territorio, se les conocía como TACA-MAC o cacique que

residió en la jurisdicción, que más tarde se llamaría comuna de Tacamoros y PAC-MAC, y que posteriormente se llamaría Panduana.

Sin embargo, se conoce que estos primitivos pobladores no lograron unificarse, hasta que llegó un emigrante llamado Bracamoros cuyo origen era desconocido, y este hombre tuvo un hijo llamado Tracamoros. Su padre habitó en el cerro de Gula y su hijo en el sector que hoy es el centro parroquial y a medida que la población crecía, sus habitantes se organizaban para convivir mejor. Gracias a esto el gobierno apoyó a estas entidades campesinas, las cuales se vieron obligadas a organizarse en comunas. Además corrigieron el nombre de Tracamoros por Tacamoros, mismo que se ha mantenido hasta la actualidad.

Esta parroquia se encuentra conformada por 33 barrios, además se caracteriza por ser muy productiva. En esta zona se puede encontrar abundante actividad agrícola, incluyendo áreas con alto potencial hídrico, zonas de café, maíz y cacao que sustentan la vida diaria de la población local (GAD Tacamoros, 2023).

4.5.1. Ubicación geográfica

La parroquia Tacamoros es una de las dos parroquias rurales pertenecientes al Cantón Sozoranga, y a la Provincia de Loja. Se encuentra situada en la línea fronteriza con el Perú, a tan solo 11km de distancia, y siendo separados por el Río Calvas.

Para acceder a esta parroquia se debe tomar el trayecto de la vía Calvas- Utuana, e ingresar por una vía de tercer orden (14km), que llega directamente a la cabecera parroquial (Gad Tacamoros, 2023).

El área territorial de la parroquia es de aproximadamente de 73,26km² de superficie, misma que corresponde al 17,60% del área de extensión del cantón Sozoranga y tiene los siguientes límites:

- Norte: cantón Sozoranga
- Sur: Perú
- Este: Parroquia Utuana (Cantón Calvas)
- Oeste: Parroquia Victoria y parroquia Sabiango (Cantón Macará)

4.5.2. Características demográficas

Según el diccionario multilingüe de ONU, se puede definir a la demografía como la ciencia que estudia a la población humana, su dimensión, estructura, evolución y caracteres generales considerados fundamentalmente desde su punto de vista cuantitativo, es decir que, la demografía estudia netamente las características de una población como su distribución, estructura y crecimiento.

En este sentido, la parroquia Tacamoros del cantón Sozoranga y de acuerdo con el Censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en el año del 2022, cuenta con 2.483 habitantes, siendo la parroquia con más moradores del cantón Sozoranga.

De igual manera, el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Sozoranga (2020), establece que “la densidad poblacional de la parroquia Tacamoros en el área urbana es de 527.3 hab/ km², y en el área rural es de 43.8 hab/ km²” (p. 91), y que adicionalmente cuenta con aproximadamente 23 instituciones educativas, dividiéndose en 20 escuelas y 3 colegios, los cuales aportan con la educación de los niños y jóvenes de la parroquia Tacamoros (p. 98 - 99).

4.5.3. Cultura y tradiciones

La cultura es el conjunto de ideas, conocimientos y comportamientos que se comparten dentro de un grupo, contexto o población. De acuerdo con Beare (1992) “la cultura es el conjunto de significados, símbolos y creencias que se comparten y expresan en los comportamientos y prácticas de miembros de un grupo afiliado y que les dan una definición social y un sentido de asociación” (p. 225), lo que permite que un grupo humano pueda dar a conocer su identidad y el entorno que lo caracteriza, a través de la acumulación y la transmisión de conocimientos o saberes que le permiten adentrarse en una participación social activa.

Además, se conoce como costumbres al conjunto de actividades intangibles que definen a un pueblo o grupo social, y que son propias y con significado antiguo y moral que se usa para definir a individuos o localidades, es así que Solero et., al (2011), menciona que:

Las costumbres son el conjunto de cualidades o inclinaciones y usos que forman el carácter distintivo de un pueblo o grupo humano. La costumbre

implica siempre cierta idea de valor, o, al menos, de convivencia para el grupo, mientras que la tradición es simplemente un uso social obligatorio. (p. 161)

Con este contexto, la parroquia Tacamoros se caracteriza por tener una rica cultura basada en ciertas costumbres y tradiciones que la identifican y resaltan de las demás parroquias.

- **Fiestas religiosas y comerciales:** Las fiestas religiosas son conmemoraciones que tienen un significado religioso y prácticamente están vinculadas a creencias y prácticas espirituales de las personas.

Tabla 7.

Fiestas religiosas y comerciales

FIESTAS RELIGIOSAS		
Santos	Fecha	Actividades
San Antonio de Padua	13 de junio	Se realiza la novena, misa y baile en honor a los favores recibidos.
Divino Niño Jesús	29 de julio	Esta actividad se realiza con una novena de 9 días antes de la fecha, se realiza la eucaristía y luego el pase del NIÑO Jesús por las principales calles de la parroquia
Virgen del Cisne	10 de agosto	Se reúnen todos los habitantes devotos en el centro parroquial, para ir en procesión hasta el barrio La Poza, ante esta llegada los feligreses preparan actividades para rendirle homenaje.
Virgen del Rosario	28 de septiembre	Esta es la más importante dentro de todas las fiestas religiosas, porque es considerada la patrona de la parroquia debido a que se le atribuyen muchos milagros, por eso nace la fe y devoción de los habitantes.
Virgen de la Nube	1 de enero	Se hacen procesiones por todas las calles de la parroquia, su fe hace que los habitantes le rindan homenaje por permitirles celebrar fin de año con sus familias.
FIESTAS COMERCIALES		
Corpus Christi	15 de junio	Esta fiesta es propia de las culturas indígenas del Ecuador y se celebra en muchas partes del país, incluyendo la parroquia Tacamoros. Se realizan juegos tradicionales, música de bandas propias, bailes de danza, juegos pirotécnicos.
Fiestas parroquia	de 24 de noviembre	Estas festividades se celebran cada año con una duración de ochos días, en donde se realizan programas de carácter religioso, culturales,

sociales como: el pregón de fiesta, celebración de eucaristías, desfile entre todas las instituciones pertenecientes a la parroquia, participación de danzas folclóricas de parroquias y cantones cercanos e incluso del vecino país Perú.

Nota. Adaptado de *Infoturismo Tacamoros*, 2019. <https://tacamoros.wixsite.com/infocentro>

5. Metodología

Esta investigación se desarrolló a través de diversos procedimientos y métodos de estudio, lo que permitió obtener los resultados del tema de investigación. Montero y León (2017), explican que la metodología hace referencia al conjunto de métodos y técnicas que se usan para llevar a cabo una investigación y responder a las preguntas de investigación planteadas.

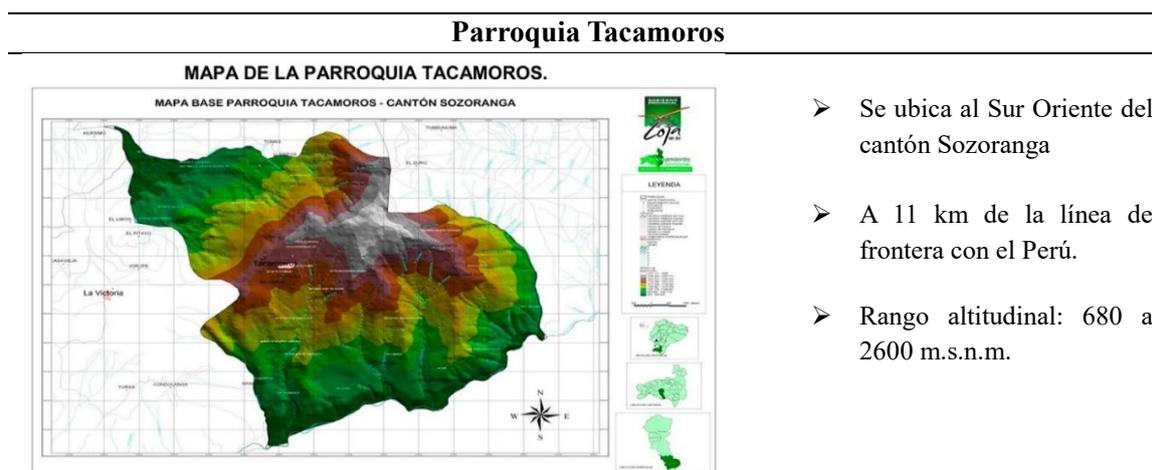
Esta metodología presenta los apartados como: área de estudio, procedimiento, enfoque, diseño, alcance, técnicas, instrumentos, unidad de análisis y demás información que se requirió para cumplir con los objetivos propuestos.

5.1. Área de estudio

Tacamoros es una de las dos parroquias rurales perteneciente al cantón Sozoranga provincia de Loja, está situada a tan solo 11km de la línea de frontera con el Perú. Esta parroquia cuenta con aproximadamente 2.483 habitantes y su extensión territorial es de 73,26 km² de superficie que corresponde al 17,60% del área de extensión del cantón Sozoranga. Limita con: Norte: cantón Sozoranga, Sur: Perú, Este: Parroquia Utuana (cantón Calvas) y Oeste: Parroquia Victoria y parroquia Sabiango (cantón Macará).

Tabla 8.

Mapa de la parroquia Tacamoros



Nota. Adaptada de Página Web de Gobierno Parroquial de Tacamoros, 2024. <https://gadtacamoros.gob.ec/>

5.2. Procedimiento

Este procedimiento se diseñó para alinear la metodología de investigación con los objetivos específicos del estudio, garantizando un enfoque coherente y orientado a resultados concretos.

En primera instancia, se inició con una exhaustiva revisión bibliográfica con la finalidad de conceptualizar temas relacionados al medio tradicional de la radio y vocabulario. Además, esta información permitió establecer con éxito el marco teórico.

En segunda instancia, se estableció la metodología, que incluyó los instrumentos. Se propuso llevar la recolección de datos del programa “El Súper Show” de radio La Karibeña, mediante una ficha de análisis de contenido en una semana compuesta durante el período de junio-julio 2024; cabe señalar que este análisis también se la hizo antes del período mencionado, con la finalidad de obtener palabras y frases peruanas que sirvieron para la construcción de la encuesta aplicada, a través de una escucha activa del programa con la duración de dos días de la tercera semana de mayo, en el horario de 07:00 a 09:00 y de 08:00 a 10: 00, lo que permitió identificar un total de 9 palabras y frases peruanas.

Como tercer punto, se elaboró la matriz de la encuesta la misma que contenía preguntas relacionadas al programa “El Súper Show” y las palabras-frases que se recolectaron de la ficha de análisis en mayo. En este contexto, se procedió a la aplicación de este instrumento a la población de la parroquia Tacamoros. Además, se realizó las entrevistas a 3 expertos, la misma que contenía preguntas relacionadas a la influencia del vocabulario extranjero en una comunidad. Cabe recalcar que los tres instrumentos estuvieron validados por dos expertos de la carrera de Comunicación de la Universidad Nacional de Loja.

Finalmente, como último punto, se procedió a analizar e interpretar todo lo obtenido en los instrumentos de recolección de datos. En la discusión se relacionó los resultados obtenidos con los objetivos de la investigación y la literatura revisada, mientras que en las conclusiones y recomendaciones se determinó mejoras para la conservación y preservación de la identidad cultural y lingüística en la parroquia Tacamoros.

5.3. Enfoque metodológico

El enfoque metodológico que se empleó fue mixto (cuantitativo-cualitativo), de tipo transversal y no experimental, ya que los datos fueron levantados por única vez. El enfoque mixto según Hernández-Sampieri (2014) no pretende “reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolos y tratando de minimizar sus debilidades potenciales” (p. 532).

En cuanto a la investigación de tipo transversal Pérez- Idiart (2012) asegura que este tipo de estudio “recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único y su propósito es describir variables y su incidencia e interrelación, pero siempre en un momento específico” (p. 55). Este enfoque es primordial en esta investigación, ya que posibilita la conexión entre el vocabulario que se emite en el programa y su influencia en la comunicación del día a día de los habitantes de Tacamoros en un solo tiempo o instante.

Por otra parte, Kerlinger (1979) menciona que “la investigación de tipo no experimental o ex-post-facto es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones” (p. 116). Este estudio tiene como intención analizar el nexo entre el vocabulario emitido en el programa y su aplicación en la comunicación diaria de los habitantes sin afectar en la conducta de los pobladores.

5.4. Métodos de estudio

La presente investigación se efectuó con base a una aplicación de metodología mixta, es decir, cuantitativa y cualitativa. En este contexto, Hernández y Mendoza (2008) hacen referencia a que los métodos de carácter mixto, engloban un conjunto de procesos tanto empíricos, críticos y sistemáticos, además de la recolección y análisis de los datos para la integración y discusión de estos y así llegar a conclusiones que se derivan de todo lo recopilado.

A continuación se describen cada uno de los métodos que se adaptaron para garantizar el cumplimiento de los objetivos planteados en la investigación.

5.4.1. Método exploratorio

En esta investigación se empleó el método exploratorio, el cual Arias (2006) indica que “se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado”. Este enfoque es particularmente adecuado para el presente estudio para indagar cómo se desarrolla la interacción verbal en esta comunidad, haciendo énfasis en la incorporación y uso del vocabulario peruano.

5.4.2. Método inductivo

El método inductivo tal como lo menciona Abreu (2014) “observa, estudia y conoce las características genéricas o comunes que se reflejan en un conjunto de realidades para elaborar una propuesta o ley científica de índole general” (p. 200). Dentro del estudio se utilizó para analizar el vocabulario utilizado dentro del programa con la finalidad de saber sobre la influencia de este en los habitantes de Tacamoros.

5.4.3. Método deductivo

De acuerdo con Gomez (2012), este método a diferencia del inductivo va de lo general a lo particular y posee características de que la deducción sea verdadera, si las premisas de las que se originan también lo son y es considerado de carácter cualitativo. Este permitió un análisis riguroso para establecer conclusiones específicas a partir de premisas generales sobre cómo el vocabulario del programa “El Súper Show” afecta en la comunicación diaria de los Tacamorenses.

5.5. Fases del autor

Figura 5.

Diseño de la metodología



Nota: Fases de elaboración y desarrollo del análisis del debate.

- a. **Fase conceptual o teórica:** En este paso se investigó el contexto de la radio, con una revisión bibliográfica, la misma que se encontró delimitada en asuntos relevantes que aporten al entendimiento del tema de investigación. Además, se incluyó la delimitación del problema, revisión de literatura y desarrollo del marco teórico.
- b. **Fase de diseño de la investigación:** En esta etapa se estableció la metodología para realizar el trabajo de investigación, el mismo que incluyó ficha de análisis de contenido del programa “El Súper Show” de radio la Karibeña, encuestas a los habitantes de Tacamoros para conocer la influencia de este programa en su vida cotidiana y entrevistas a expertos para conocer la percepción de la incidencia de programas radiales extranjeros en una localidad rural.
- c. **Fase de ejecución de las herramientas:** En esta tercera fase se empleó las herramientas de recolección de datos para la investigación. La ficha de análisis de contenido del programa “El Súper Show”, que se hizo mediante una semana compuesta para conocer las diferentes palabras y frases empleadas en el mismo; también se aplicó las encuestas a la muestra seleccionada de la parroquia Tacamoros, y entrevistas a tres expertos para conocer más a fondo sobre la influencia del vocabulario extranjero en una comunidad como Tacamoros.
- d. **Fase de análisis de los resultados:** En la última fase de la investigación, consistió en sintetizar la información recopilada de los instrumentos aplicados, de una manera analítica para poder presentar resultados precisos que ayudaron a cumplir con los objetivos propuestos.

5.6. Técnicas

Las técnicas que se aplicaron para la elaboración del presente trabajo de investigación son de carácter mixto, cualitativas (entrevista y ficha de análisis de contenido) y cuantitativas (encuestas), que se detallan a continuación:

5.6.1. *Ficha de análisis de contenido*

La ficha de análisis de contenido según De la Torre (2013) sirve para la organización de un conjunto de datos que se obtuvieron sobre un tema específico, ayuda a organizar ideas, escribir comentarios y establecer un propio criterio.

Para dar cumplimiento al primer objetivo específico, se realizó la ficha de análisis de contenido mediante una semana compuesta. La semana compuesta según Siles et al.

(2018) establecen que “este método se implementa al seleccionar el lunes de la primera semana, el martes de la segunda, el miércoles de la tercera y así sucesivamente hasta completar una “semana compuesta” con información de siete semanas distintas” (p. 40).

En este sentido, la ficha de análisis de contenido para la recolección de palabras y frases peruanas empleadas dentro del programa de entretenimiento, consistió en escuchar el programa “El Súper Show” de radio La Karibeña, durante los meses de junio-julio 2024, a lo largo de cinco días en semanas diferentes (03 de junio hasta 05 de julio), en el horario de 07:00 a 10:00.

5.6.2. Encuesta

Arias (2006) menciona que la encuesta es “una técnica que pretende obtener información que suministra a un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular” (p. 72).

Para dar fiel cumplimiento al segundo objetivo específico, se elaboró un cuestionario que constó con una variedad de secciones de preguntas relacionadas al programa “El Súper Show”, las mismas que estuvieron estructuradas mediante una escala de Likert de frecuencia. El cuestionario fue desarrollado de manera presencial. Posteriormente los datos obtenidos se insertaron en tablas de datos del programa informático *Excel* para su posterior análisis estadístico.

5.6.3. Entrevista semiestructurada

Mata (2020), considera que la entrevista semiestructurada principalmente es “conveniente para la creación de situaciones de conversación que faciliten la expresión natural de percepciones y perspectivas por parte de las personas sujetos de investigación” (p. 1).

Con la finalidad de cumplir con el tercer objetivo específico, se empleó la técnica conocida como la entrevista, la misma que contenía preguntas relacionadas al vocabulario extranjero y su incidencia en las comunidades, principalmente en las zonas rurales. Esta entrevista se aplicó a tres expertos, dos de ellos especializados en el área de Lengua y literatura, y el otro experto en el área de Antropología social y cultural.

Tabla 9.

Lista de expertos

DENOMINACIÓN	NOMBRE	CARGO
Experto 1	Yovanny Salazar	Decano de la Facultad de Educación el Arte y la Comunicación de la UNL
Experto 2	Eduardo Henríquez	Docente de la Carrera de Comunicación de la UNL
Experto 3	Vagner Calva	Licenciado en Lengua y Literatura en Unidad Educativa Lautaro Vicente Loayza de Alamor, cantón Puyango de la provincia de Loja

Nota. Esta tabla describe el nombre de cada experto y su cargo desempeñado con corte hasta noviembre de 2024. La respuestas al cuestionario se encuentran en el Anexo 2.

5.7. Instrumentos

Para lograr una comprensión completa de los objetivos planteados se utilizó tres instrumentos que permitieron la recolección de la información necesaria para conocer sobre el tema de investigación.

5.7.1. Validación de instrumentos

Es importante instaurar la confiabilidad y validez de cualquier instrumento de medición en una investigación, de lo contrario, no se tomarán en serio los hallazgos (Hernández et al., 2014).

Dentro de esta investigación, se hizo la validación de los instrumentos utilizados con profesionales de la Carrera de Comunicación de la Universidad Nacional de Loja. En este procedimiento, se evaluaron los instrumentos, luego dieron sus aportes y respectivas sugerencias para mejorar dichos instrumentos y así garantizar la calidad, coherencia, relevancia y confiabilidad. Los aportes fueron relevantes para la mejora de los instrumentos y su posterior aplicación. A continuación, se muestran los instrumentos utilizados en la investigación:

Ficha de análisis de contenido

Tabla 10.

Matriz de cuestionario para la encuesta

MATRIZ DE REGISTRO				
Ítems	Palabras peruanas y frases	Denotación	Connotación	Ejemplo

Nota. La presente tabla se utilizó para el análisis de contenido del programa.

Encuesta

Tabla 11.

Matriz de cuestionario para la encuesta

CUESTIONARIO

Influencia del vocabulario utilizado en el programa “El Súper Show” de la radio peruana La Karibeña 94.9 FM en la comunicación diaria de los habitantes de la parroquia Tacamoros

Estimado/a participante, le invitamos a responder este cuestionario como parte de una investigación sobre Análisis de la influencia del vocabulario utilizado en el programa “El Súper Show” de la radio peruana La Karibeña 94.9 FM en la comunicación diaria de los habitantes de la parroquia Tacamoros del cantón Sozoranga, provincia de Loja. Sus respuestas serán de gran ayuda para mejorar la comprensión de este importante tema. Su participación es voluntaria y sus respuestas serán confidenciales y utilizadas con fines de la investigación.

Indicaciones: Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con una (x), la respuesta que considere correcta.

DATOS DEMOGRÁFICOS

1. Edad

- | | |
|----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 18 a 24 | <input type="checkbox"/> 35 a 44 |
| <input type="checkbox"/> 25 a 34 | <input type="checkbox"/> 45 a 60 |

2. Género:

- | | |
|-----------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Femenino | <input type="checkbox"/> Masculino |
| | <input type="checkbox"/> Otro |

3. Nivel de estudio

- | | |
|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Básico | <input type="checkbox"/> Tercer nivel |
| <input type="checkbox"/> Secundario incompleto | <input type="checkbox"/> Cuarto nivel |
| <input type="checkbox"/> Bachillerato | <input type="checkbox"/> Ninguno |
| <input type="checkbox"/> Nivel técnico | |

4. Ocupación

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Informal | <input type="checkbox"/> Agricultor |
| <input type="checkbox"/> Empleado privado | <input type="checkbox"/> Quehaceres domésticos |
| <input type="checkbox"/> Empleado público | <input type="checkbox"/> Transportista |
| <input type="checkbox"/> Comerciante | |

DESARROLLO DE PREGUNTAS

5. ¿Escucha usted el programa la radio La Karibeña?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Muy frecuente | <input type="checkbox"/> Ocasionalmente |
| <input type="checkbox"/> Frecuentemente | <input type="checkbox"/> Raramente |
| | <input type="checkbox"/> Nunca |

6. ¿Escucha usted el programa El Súper Show de la radio La Karibeña?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Muy frecuente | <input type="checkbox"/> Ocasionalmente |
| <input type="checkbox"/> Frecuentemente | <input type="checkbox"/> Raramente |
| | <input type="checkbox"/> Nunca |

7. ¿Con qué frecuencia escucha el programa “El Súper Show”?

- | | |
|---|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Muy frecuente | <input type="checkbox"/> Raramente |
| <input type="checkbox"/> Frecuentemente | <input type="checkbox"/> Nunca |
| <input type="checkbox"/> Ocasionalmente | |

8. ¿En qué horario suele escuchar el programa de entretenimiento “El Súper Show”?

- De 7:00 a 8:00
- De 8:00 a 9:00
- De 9:00 a 10:00
- En un horario variado

9. ¿Usas alguno de estos términos cuando habla con más personas? (Marca con una x el/ los términos)

- | | |
|--------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Chela | <input type="checkbox"/> Causa |
| <input type="checkbox"/> Pe | <input type="checkbox"/> Chamba |
| | <input type="checkbox"/> Jatear |

- Luca
- Pitri mitri
- Señito
- Palta

10. Marque el significado que pertenece a esta frase “claro pe”

- Claro pues
- Claro amigo
- Claro profesor
- Desconozco
- Otro

11. Marque el significado que pertenece a esta frase “estoy buscando chamba”

- Estoy buscando una casa
- Estoy buscando novia
- Estoy buscando trabajo
- Otro

12. Marque el significado que pertenece a esta frase “vamos por una chela”

- Vamos por un almuerzo
- Vamos por una cola
- Vamos por una cerveza
- Otro

13. ¿En qué nivel consideras que el programa “El Súper Show” de La Karibeña utiliza un vocabulario vulgar? (en caso de haber escuchado cuáles).

- Muy frecuente
- Frecuentemente
- Ocasionalmente
- Raramente
- Nunca

14. Las palabras antes mencionadas las utiliza dentro de su comunicación diaria?

- Muy frecuente
- Frecuentemente
- Ocasionalmente
- Raramente
- Nunca

Gracias por su tiempo y cooperación. Sus respuestas contribuirán significativamente a esta investigación.

Nota. La presente tabla comprende al cuestionario que se empleó en los habitantes de la parroquia Tacamoros en el mes de junio de 2024.

Entrevista

Tabla 12.

Cuestionario para la entrevista

PREGUNTAS	
1.	¿Qué tipo de influencia considera usted, tiene el vocabulario extranjero en los habitantes de nuestro país?
2.	¿De qué manera el vocabulario utilizado en un programa de radio puede influir en la percepción de la realidad y la construcción de la identidad de los oyentes?
3.	¿Cuáles cree que son las ventajas y desventajas de la adaptación de palabras y frases extranjeras como propias en una población?
4.	¿Cuál cree usted, que podría ser la repercusión de un programa de radio extranjero en una parroquia rural?
5.	¿Qué acciones se podrían ejecutar para mantener y fortalecer la identidad cultural ecuatoriana en una parroquia rural?

Nota. La presente tabla corresponde a las preguntas utilizadas en la entrevista.

5.8. Población y muestra

5.8.1. Población

Para este estudio de investigación, la población fue de 2.483 habitantes de la parroquia Tacamoros del cantón Sozoranga.

5.8.2. Muestra

Para obtener información representativa sobre el análisis del vocabulario emitido en el programa “El Super Show”, se tomó una muestra representativa de muestra de 333 habitantes de la parroquia Tacamoros. Las personas encuestadas corresponden a agricultores, amas de casa, transportistas, comerciantes, empleados públicos y privados, los mismos que tuvieron la disponibilidad de colaborar en la investigación. Además, se tomó en cuenta los siguientes parámetros a detallarse:

- **Nivel de confianza:** Este indicador representa la confianza que se desea tener en los resultados de una investigación. Se utiliza un nivel de confianza del 95% de probabilidad.
- **Margen de error:** Este apartado indica la precisión que se desea tener en un estudio. Usualmente se utiliza un margen de error de un 5%.

- **Técnica de muestreo:** La técnica de muestreo se estableció de tipo aleatorio simple, en dónde se accedió al público objetivo de manera presencial y en línea para que sea más efectivo
- **Cálculo de la muestra:** Para la aplicación de la muestra se realizó el siguiente procedimiento. Con una valoración de la probabilidad de proporción de una población de $p=0.5$ y $q=0.5$ valores que recomiendan varios autores, ya que eleva el tamaño muestral, nivel de confianza (Z) del 95% que según el coeficiente es 1.96, un margen de error (e) del 5%, y la técnica de muestreo aleatorio simple, podemos computar el tamaño de muestra que se necesita utilizando la ecuación para población finita (Castellanos, 2023).

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 2,483}{(0.05^2 * (2,483 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5)}$$

$$n = \frac{2384.6732}{7.1654}$$

$$n = 332.80 \quad n = 333$$

El tamaño de la población (N) es de 2,483 con un nivel de confianza del 95% y un margen de error de 5%, el tamaño de la muestra corresponde a 333 encuestas.

- **Criterios de selección:** Para la aplicación de encuesta se **incluyó** personas amas de casa, transportistas, agricultores, comerciantes, empleados, que sintonizan el programa "El Súper Show" de radio La Karibeña con un rango de edad de 18 a 60 años. También, para las entrevistas se consideró a docentes en específico en el área de la antropología, lengua y literatura que se relacionan con nuestra línea de investigación. Además, se **excluyó** a personas menores de -18 años de edad.

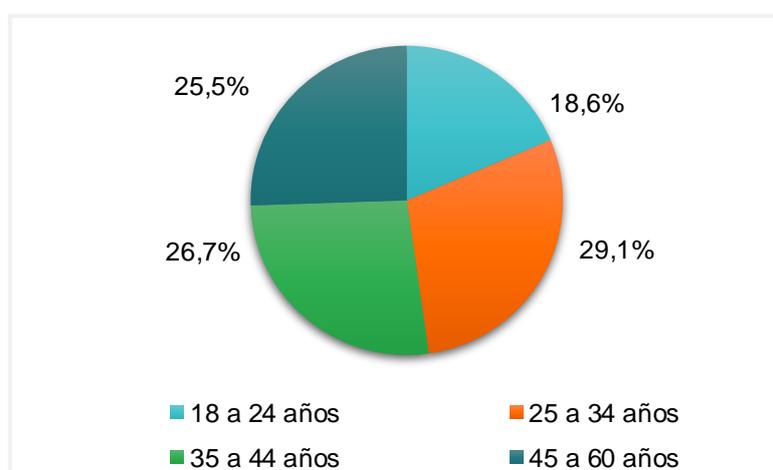
6. Resultados

6.1. Encuestas

Se presentan los resultados obtenidos a partir de las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia Tacamoros. La muestra incluyó un total de 333 personas, cuyos datos recopilados se detallan a continuación:

Figura 6.

Edad

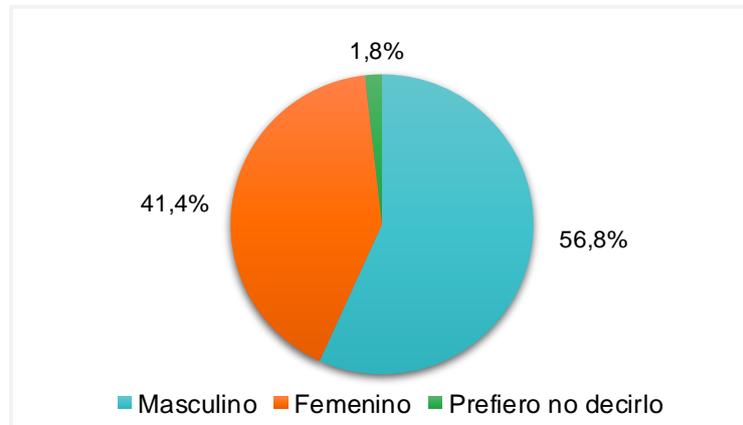


Descripción e interpretación

La figura 6 muestra la distribución porcentual de la edad de las personas participantes en la investigación. El 29,1% pertenece a la categoría de 25 a 34 años, el 26,7% a 35 a 44 años, el 25,5% a 45 a 60 años, y el 18,6% a 18 a 24 años. El grupo etario entre los 25 a 34 años podría estar relacionado a actividades laborales, académicas o de interés particular del estudio, mientras que las personas entre 18 a 24 años presenta un menor alcance dentro del contexto. Además, los grupos entre los 35 a 44 años y 45 a 60 años, presenta un porcentaje que permite reflejar la diversidad generacional en el estudio.

Figura 7.

Género



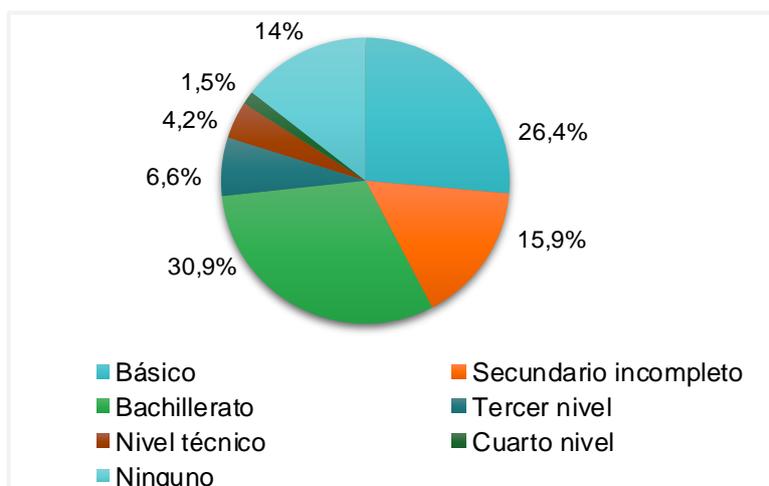
Descripción e interpretación

Los datos obtenidos muestran que, el programa de entretenimiento "El Súper Show" tiene un mayor impacto en los hombres en un 56,8% de los encuestados. Este predominio podría relacionarse a la preferencia del contenido del programa de entretenimiento. Sin embargo, es importante destacar que las mujeres también tienen una presencia significativa, representada en un 41,4% del total de los encuestados. Esto refleja que, aunque los hombres constituyen la mayoría, las mujeres también forman parte importante de la audiencia, es decir, el programa tiene un amplio alcance en los géneros.

Asimismo, un pequeño porcentaje de los participantes, 1,8%, prefirió no declarar su género, lo que representa la importancia de respetar la diversidad y privacidad.

Figura 8.

Nivel de estudio

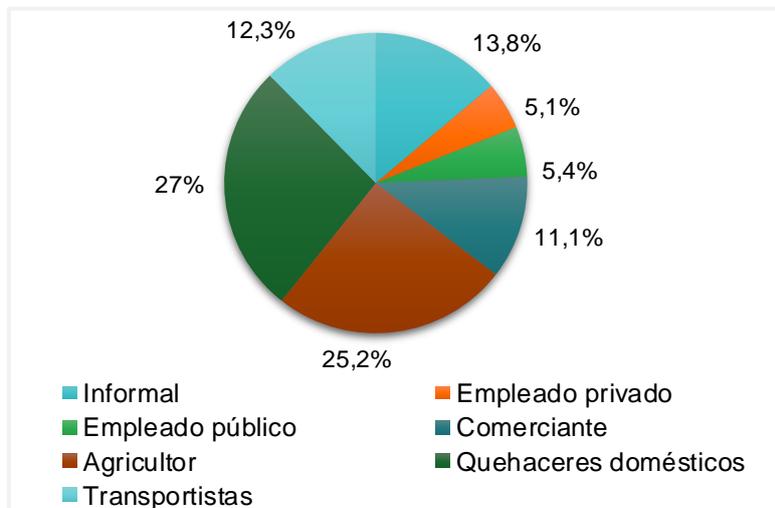


Descripción e interpretación

En la figura 8 se puede observar que la mayoría de los encuestados tienen en mayor porcentaje el nivel de estudio de bachillerato, básico y secundario incompleto, en un porcentaje de 30,9%, 26,4% y 15,9%, en un total del 73,2% respectivamente, esto indica que la educación en esta parroquia se enfoca en la educación secundaria y no obligatoriamente en un nivel superior. Por otra parte, se presencia el nivel técnico en 4,2%, tercer nivel en 6,6% y 1,5% en cuarto nivel, esto puede ser debido a la limitación de recursos para estudiar y dentro del contexto de este estudio. Este grupo de personas que tienen este nivel de estudio tienen una mayor capacidad para analizar el vocabulario que se emplea dentro del programa y así establecer una comunicación más formal en su vida cotidiana.

Además, 48 de los habitantes encuestados no tiene ningún nivel de estudio, lo que demuestra que este 14% es más propenso a la adopción de expresiones o palabras que se emiten dentro del programa.

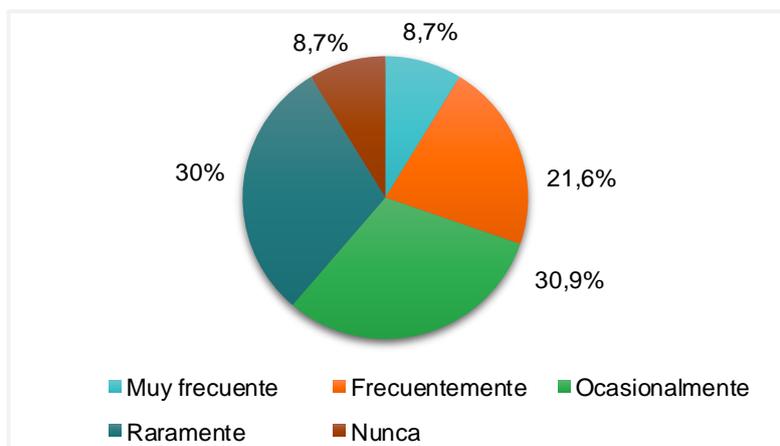
Figura 9.
Ocupación



Descripción e interpretación

Los datos indican que la mayoría de los encuestados se dedican a actividades como agricultura en 25,2% y quehaceres domésticos en un 27%, esto debido a que es una zona rural y; gran parte de la población se dedican a estas labores diarias. También se presencia una cantidad moderada de iniciativas relacionadas al trabajo informal en 13,8%, comercio en 11,1% y transportistas con una frecuencia de 12,3%. Asimismo, en mínimo porcentaje los empleos públicos y privados, esto debido a la falta de fuentes de trabajo en la parroquia. Estos resultados indican que en mayor frecuencia se desarrollan tareas vinculadas con el sector primario, ya que es uno de los sectores económicos que son primordiales en el sustento diario de esta población.

Figura 10.
¿Escucha usted Radio La Karibeña?



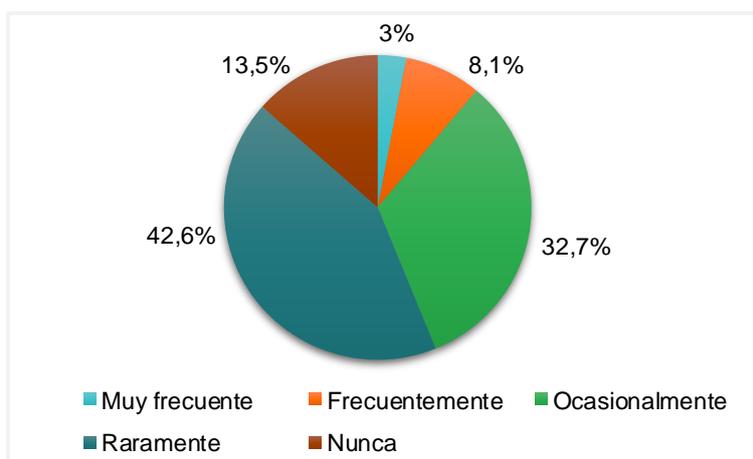
Descripción e interpretación

En la parroquia Tacamoros existe gran cantidad de habitantes que escuchan regularmente la radio La Karibeña. La figura 10, muestra que el 8,7% escucha la emisora muy frecuente, el 21,6% frecuentemente, un porcentaje de 30.9% ocasionalmente; todos estos datos arrojados demuestran que la mayoría de la población escucha esta emisora de manera regular, lo que establece que podría tener un impacto potencial en la comunicación del día a día en la parroquia.

Sin embargo, es importante mencionar que el 30% de los encuestados escuchan esta emisora radial raramente, esto puede ser por la variedad de frecuencias para escuchar. Además, el 8,7% nunca escucha esta emisora, lo que indica que prefieren escuchar otras radios o no sintonizan ningún tipo de frecuencias radiales.

Figura 11.

Escucha el programa “El Súper Show”



Descripción e interpretación

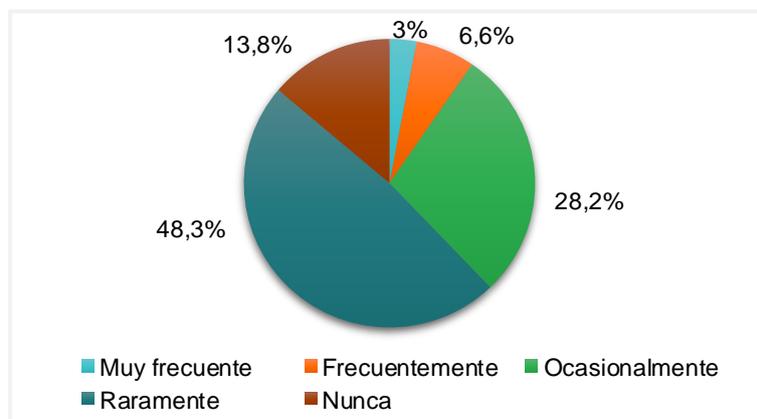
La figura 11 revela que una minoría de los habitantes escuchan el programa “El Súper Show” de la Radio La Karibeña muy frecuentemente en un 3% y frecuentemente en 8,1%. Sin embargo, un número considerable de personas lo escuchan ocasionalmente en un 32,7%, lo que suma un total de 43,8% de la audiencia regular. En contraste, el 42,6% de los encuestados escuchan raramente el programa.

Estos resultados reflejan una sólida base de oyentes leales que va en aumento, aunque existe un margen significativo de 13,5% que no escuchan el programa. Esto

demuestra que el programa tiene una notable influencia en un segmento de la audiencia, pero no con un alcance general en la parroquia de Tacamoros.

Figura 12.

Frecuencia de escucha del programa “El Súper Show”



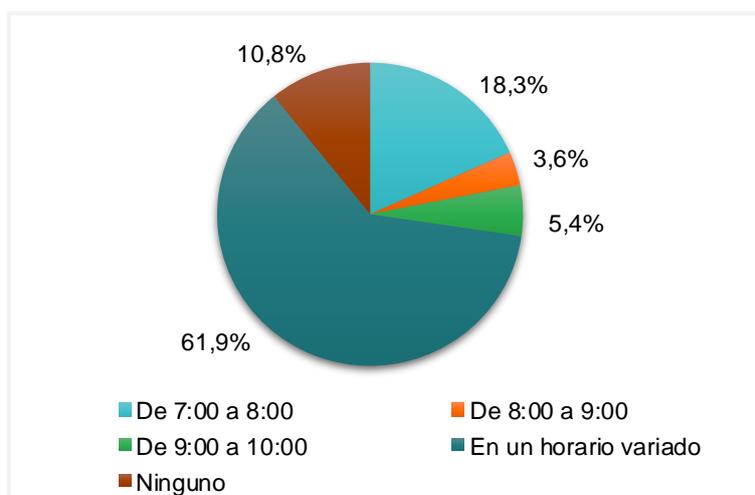
Descripción e interpretación

En la figura 12 se refleja que, la frecuencia de escucha del programa “El Súper Show” por los habitantes de Tacamoros revela que un 3% lo sintoniza muy frecuente, el 6,6% frecuentemente y el 28,2% ocasionalmente, lo que sumado arroja la cantidad del 37,8%, lo que indica que una cantidad considerable de encuestados si lo escuchan con regularidad.

En comparación con el 48,3% de los encuestados que escuchan rara vez el programa y el 13,8% nunca lo sintonizan. Si bien, en los datos obtenidos se evidencia que la audiencia regular no es mayoritaria, pero implica una porción bastante considerable de los encuestados a que el programa si podría tener una influencia en la comunicación diaria.

Figura 13.

Horario de escucha



Descripción e interpretación

Los resultados de la figura 13; refleja que la mayoría de los encuestados en un 61,9% no tienen un horario establecido para sintonizar el programa “El Súper Show”, optando por escucharlo en un horario variado. Esto puede demostrar que este programa se consume de manera aleatoria, en vez de formar parte de una rutina.

Por otra parte, un porcentaje considerable del 18,3%, tienen el horario de escucha de preferencia de 07:00 a 08:00. Se puede reflexionar que este horario tiene más acogida por las personas que se levantan desde temprano a sus actividades y se acompañan de esta programación. En contraste con el 5,4% que lo escucha de 09:00 a 10:00, y el 3,6% que lo sintonizan en el horario de 08:00 a 09:00. Estos porcentajes de los horarios de escucha son mínimos, ya que las personas no prefieren sintonizar en este horario por las diversas ocupaciones que tienen. Sin embargo, el 10,8% no frecuenta este programa radial.

Tabla 13.

Uso de palabras del programa “El Súper Show”

RESPUESTA	PERSONAS QUE USAN		PERSONAS QUE NO USAN		TOTAL	TOTAL EN %
	F	%	F	%		
Chela	213	64%	120	36%	333	100%
Pe	98	29%	235	71%	333	100%
Kausa	106	32%	227	68%	333	100%
Chamba	190	57%	143	43%	333	100%
Jatear	17	5%	316	95%	333	100%

Luca	146	44%	187	56%	333	100%
Pitri mitri	16	5%	317	95%	333	100%
Señito	264	79%	69	21%	333	100%
Palta	97	29%	236	71%	333	100%

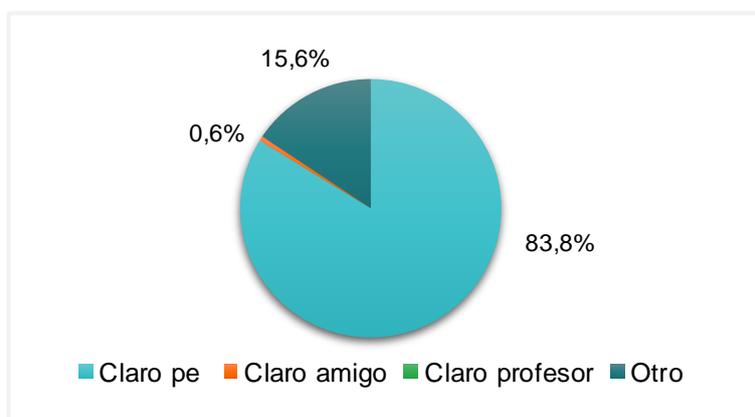
Nota. Los datos detallados en la tabla se los realizó con los resultados obtenidos mediante la aplicación de las encuestas.

Descripción e interpretación

El 64 % de los encuestados utiliza la palabra chela y el 79% señito, mostrando una alta integración de estos términos en el vocabulario, esto posiblemente a los contextos comerciales y culturales; por otro lado, términos como chamba y luca presentan una adopción moderada con un 57% y 44% respectivamente, sugiriendo su relevancia en contextos laborales y financieros; en cambio pe, palta y kausa, tienen una menor adopción empleada entre el 29% y 32% de los encuestados, lo que podría indicar una influencia menos marcada; términos como jatear y pitri mitri tienen una baja acogida con 5%, lo que es limitado en la comunicación diaria de los habitantes.

Figura 14.

Frase claro pe



Descripción e interpretación

Según la encuesta, el 0,6% interpreta a “claro pe” como “claro amigo”, y un 15,6% identifican la frase “claro pe” con otra frase. Los encuestados comprenden el uso de la frase "claro pe" como "claro pues" en un 83,7%, todo esto apunta a que la incidencia del programa “El Súper Show” puede tener en el vocabulario utilizado.

Además, este hallazgo sugiere que el uso de dichas palabras en los medios de comunicación pueden ser un aporte para la familiarización de términos particulares y ser usados en el vocablo de los habitantes de Tacamoros.

Figura 15.

Frase buscando chamba



Descripción e interpretación

El 1,5% de las personas encuestadas identifican a la frase “estoy buscando chamba” como “estoy buscando una casa”; el 0,3% relacionan con “estoy buscando novia”; un 90,1% interpretan la frase como “estoy buscando trabajo”; y el 8,1% relaciona con otro significado.

En gran porcentaje los participantes de la encuesta identifican a la frase "estoy buscando chamba" como "estoy buscando trabajo"; se percibe que el vocablo utilizado dentro del programa, ha tenido un impacto relevante. Además, esto puede ser por la estrecha conexión entre la frase y el significado que se destaca en lo laboral y demuestra que estas frases pueden radicar en el lenguaje local, afectando de manera específica a los términos originarios utilizados por los habitantes de la parroquia.

Figura 16.

Frases vamos por una chela

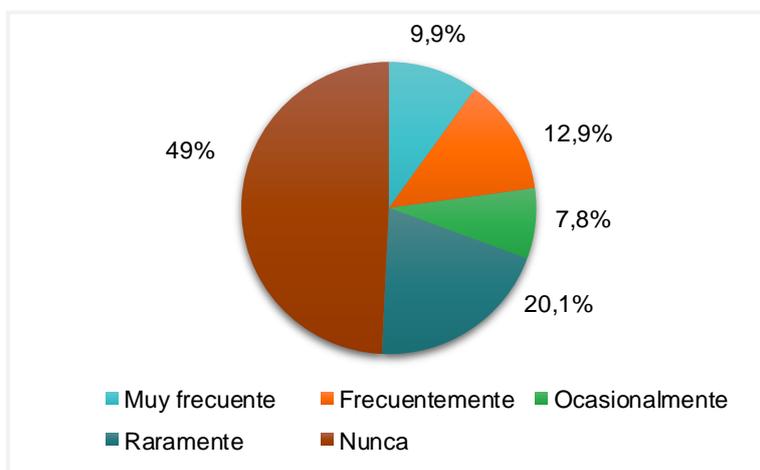


Descripción e interpretación

Un 0,6% de los encuestados interpretan la frase "vamos por una chela" como "vamos por un almuerzo"; el 90,7% relacionan a esta frase como "vamos por una cerveza"; mientras que el 8,4% entienden a "vamos por una chela" con otro significado. Estos resultados revelan que la mayor parte de los participantes relacionan la frase "vamos por una chela" con ir a buscar una cerveza, evidenciando que el programa ha tenido un impacto en la población. Sin embargo, en un mínimo porcentaje engloban dicha frase con otro significado. La preponderancia de la asociación con la cerveza resalta cómo ciertas expresiones pueden arraigarse y ser interpretadas de manera específica en el lenguaje y la cultura local.

Figura 17.

Utilización de lenguaje vulgar



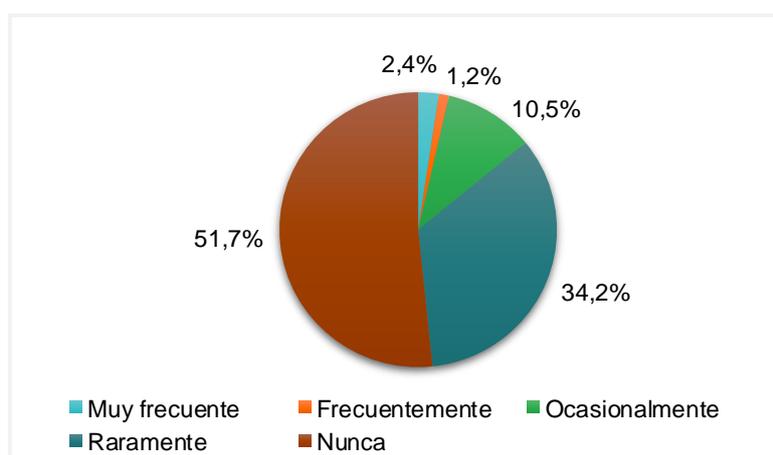
Descripción e interpretación

Un 9,9% de los habitantes de Tacamoros consideran que en el programa “El Súper Show” utiliza un lenguaje vulgar muy frecuente; el 12,9% que se utiliza frecuente; un 7,8% considera que se lo utiliza de manera ocasional, dejando un total de 30,6% de encuestados que perciben que si se utiliza un lenguaje vulgar dentro del programa “El Súper Show”.

En contraste con el 49% que indican que nunca usa y el 20,1% piensa que se emplea raramente un lenguaje vulgar. Esto refleja que la encuesta tiene una percepción variada sobre el lenguaje que se maneja en este programa. Esta percepción de los encuestados indica que si se utiliza un lenguaje vulgar podría tener una influencia significativa en su comunicación diaria.

Figura 18.

Utilización de palabras en su comunicación



Descripción e interpretación

Apenas el 2,4% de los habitantes utilizan estas palabras (señito, palta, pitri mitri, kausa, chela, jatear, luca) con mucha frecuencia; solo el 1,2% las utiliza con frecuentemente; el 10,5% las utiliza en ocasiones y el 34,2% usan raramente obteniendo un resultado total del 48,3% que si utilizan las palabras mencionadas en la **pregunta 5** de la encuesta (5.7. Instrumentos): ¿Usas alguno de estos términos cuando habla con más personas? En cambio el 51,7% nunca usa estas palabras en su comunicación diaria. La encuesta empleada refleja que los habitantes de Tacamoros tienen una influencia limitada del vocabulario utilizado en el programa.

Los resultados indican que más de la mitad de la población nunca usa las palabras mencionadas anteriormente, pero esto no quita de lado, que un porcentaje significativo de los encuestados sí ha incorporado parte del vocabulario emitido dentro del programa “El Súper Show” dentro de su forma de comunicarse o expresarse dentro de su comunicación diaria en la parroquia Tacamoros. Además, esta adaptación del vocabulario puede ir incrementado debido a que el 61.2% de habitantes que frecuentan Radio La Karibeña.

6.2. Entrevista a expertos

Para diagnosticar la influencia de los medios extranjeros en la comunicación diaria de los habitantes de la parroquia Tacamoros, especialmente en el lenguaje utilizado en el programa se realizó una serie de entrevistas con tres expertos en el tema. A continuación, se presentan los hallazgos obtenidos de las conversaciones, que ofrecen una mirada profunda y analítica sobre el impacto en el vocabulario local.

Pregunta 1. ¿Qué tipo de influencia considera usted, tiene el vocabulario extranjero en los habitantes de nuestro país?

Según las respuestas de los expertos respecto a la influencia del vocabulario extranjero en nuestro país, manifiestan que el uso del anglicismo, tiene una influencia de gran relevancia en las personas, además la adaptación de nuevas ideas, tendencias de actualidad facilita el enriquecimiento del idioma, ya que se incorpora nuevos idiomas. Por otra parte, los expertos aseguran que los extranjerismos se han vuelto tan comunes que se han incorporado a nuestra habla cotidiana. Sin embargo, esta incidencia del vocabulario extranjero también tiene repercusiones tanto en la pérdida de identidad cultural y lengua local.

Pregunta 2. ¿De qué manera el vocabulario utilizado en un programa de radio puede influir en la percepción de la realidad y la construcción de la identidad de los oyentes?

Los entrevistados señalan que la influencia de un programa radial puede tener un gran alcance en la percepción y la construcción de la realidad, ya que esto dependerá de cómo se posicione dentro de una comunidad, si bien es cierto, en zonas rurales la radio desempeña un papel importante. Además, afirman que la repetición continua de ciertas

palabras o frases en este medio, puede llevar a los oyentes a tomarlas e incorporarlas a su propia lengua. Por otro lado, los expertos ratifican que el uso de un vocabulario extranjero en un programa, podría llevar a la desvalorización de la identidad propia de una comunidad.

Pregunta 3. ¿Cuáles cree que son las ventajas y desventajas de la adaptación de palabras y frases extranjeras como propias en una población?

La adaptación de palabras y frases en una población tiene ventajas y desventajas. Entre las ventajas destacan la conexión global, ya que esto puede mejorar la conectividad y comunicación con personas de otros países, lo que resultaría una comunidad más globalizada, también mencionan el aprendizaje cultural, por el hecho de que al incorporar términos extranjeros amplía la forma de expresarse, facilitando la comprensión de un lenguaje más globalizado. En este sentido, los entrevistados también explican las problemáticas de esta adopción y una de ellas es la pérdida de identidad local y erosión de la lengua local, que puede ser causada por el vocabulario extranjero.

Pregunta 4. ¿Cuál cree usted que podría ser la repercusión de un programa de radio extranjero en una parroquia rural?

De acuerdo a la opinión de los expertos, un programa de radio extranjero en una parroquia rural, podría tener repercusiones tanto positivas como negativas. Entre las positivas mencionan que ayudan a las personas a comunicarse con otras personas extranjeras, además ofrecen una variedad de nuevas ideas y formas de vida, que puede ser enriquecedor para los habitantes. De igual manera establecen algunas repercusiones negativas como el choque cultural, ya que las prácticas y valores culturales pueden ser distintos a los locales, también hacen énfasis en que los jóvenes son más propensos a la adopción del vocabulario extranjero, lo que se corre el riesgo de reemplazar el lenguaje propio de una comunidad por el uso de términos extranjeros.

Pregunta 5. ¿Qué acciones se podría ejecutar para mantener y fortalecer la identidad cultural ecuatoriana en una parroquia rural?

Los entrevistados sugieren algunas acciones para mantener y fortalecer una identidad cultural de una parroquia rural, entre ellas destacan las siguientes: Fomentar el desarrollo de la cultura local, a través de eventos, festivales y así difundir la cultura y

costumbres propias de la parroquia e implementar la educación bilingüe para promover la integración de nuevas lenguas. También sugieren la creación de políticas gubernamentales que promuevan la identidad cultural, pero esto en trabajo conjunto con los medios de comunicación que se encuentren en un cantón para que se creen espacios relacionados a la cultura y procesos históricos que se han formado dentro de la parroquia.

6.3. Ficha de análisis de contenido del programa “El Súper Show”

Inicialmente se desarrolló una escucha activa que permitió identificar algunas palabras y frases para la elaboración de los instrumentos (encuestas), entre ellas se encontraron las siguientes: claro pe, chela, pitri mitri, kausa, chamba, jatear, luca, señoito palta. Posteriormente, a lo largo de la semana compuesta, dentro del periodo 3 de junio al 5 de julio, se identificaron nuevas palabras y frases, las cuales se vinculan a los siguientes resultados de investigación:

Tabla 14.

Palabras de origen peruano

Ítems	Palabras peruanas	Origen	Denotación	Connotación
1	Zanahoria	Del árabe hispánico safunnárya que significa zanahoria silvestre. ¹	Plantea herbácea vegetal de color naranja y textura leñosa. ²	Persona inocente
2	Chela	Se origina de la palabra maya chel “azul”. ²	Rubia de ojos claros ²	Se emplea para referirse a una cerveza
3	Oe	Del latín audire ¹	Referirse a una persona ²	Llamar la atención de una persona
4	Coca cola	Se originó de dos palabras hoja de coca y nuez. ¹	Bebida gaseosa ²	Para expresarse que una persona bastante reconocida
5	Palta	Del quechua pallta ¹	Dicho de una persona: De un Pueblo amerindio que habitaba en la región ecuatoriana provincia de Loja, y norte del Perú. ²	Referirse al aguacate
6	Pata	De origen incierto ¹	Pie y pierna de los animales ²	Referirse a un amigo
7	Jatear	De origen germánico ¹	Apilar cosas o disponerlas ordenadamente ²	Dormir
8	Señoito	Se deriva de la palabra mexicana seño ¹	Para referirse a una señora y señor ²	Señora o señorita

9	Kausa	Del latín causa ¹	Aquello que se considera como fundamento u origen de algo ²	Hace referencia a amigo
10	Sapo	De origen onomat ¹	Anfibio ²	Forma de regañar a alguien que se entromete
11	Luca	De origen español que se utilizaba para llamar “peluconas” a las monedas ¹	Mil pesos ²	Moneda de un sol
12	Pollo	Del latín pullus ¹	Cría que nace del huevo de un ave ²	Persona que se emborracha pronto
13	Chamba	Del portugués “chambaõ” ¹	Empleo, trabajo ²	Forma de llamar al trabajo
14	Chancha	Origen de chanza ¹	Embuste, mentira, engaño ²	Para referirse a recolectar dinero
15	Flaca	Del latín flaccus ¹	De pocas carnes ²	Referirse a la novia
16	Guachimán	Del inglés watschman ¹	Guardia de barcos ²	Referirse a un guardia de seguridad
17	Bacán	Del genovés baccan ¹	En lenguaje juvenil, muy bueno, estupendo ²	Referirse que algo está bueno
18	Canchitas	Del quechua kancha ¹	Espacios destinados a la práctica de ciertos deportes ²	Para referirse a las palomitas de maíz
19	Choro	Del caló choro ¹	Ladrón ²	Para referirse a alguien que robó
20	Calato	Del quechua q'ala ¹	Desnudo, en cueros ²	Para referirse a una persona desnuda
21	Conchudo	Del latín conchula ¹	Cubierto de conchas ²	Persona con descaro

Nota. El significado de las palabras fue obtenido del Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (RAE)¹ y del Diccionario Perú².

Análisis e interpretación

La palabra “**chela**” tiene su origen en el vocablo maya chel que significa “azul”, pero que dentro del léxico peruano se utiliza para referirse a una cerveza. De acuerdo con los datos obtenidos. Un 64% de los encuestados confirmaron que utilizan esta palabra en su comunicación diaria. Por otro lado, el término **kausá** derivado del latín causa, es empleada en Perú para referirse a un amigo, y es usado por un 32% los encuestados para sus conversaciones cotidianas.

Otra de las expresiones populares en la parroquia Tacamoros es **chamba**, proveniente del portugués chambaõ, que hace referencia al trabajo. En las encuestas, el 57% de los habitantes indicó que las utiliza regularmente en su comunicación diaria.

Asimismo, el término **jatear**, de origen germánico, es usado en Perú para referirse a dormir, aunque solo el 5% de los encuestados en Tacamoros afirmó emplearlo, posiblemente debido a su baja difusión en la región.

Por otro lado, **luca**, palabra de origen español originalmente asociada a monedas grandes o “peluconas”, es empleada en Perú para referirse a la moneda de un sol. En Tacamoros, el 44% de los habitantes la utilizan en el contexto económico, especialmente para hacer referencia al dólar. Finalmente, el término **señito** derivado de la palabra mexicana *seño*, es comúnmente usado en Perú para referirse a una señora o señorita. En Tacamoros un notable 79% de los habitantes conoce y usa esta expresión con frecuencia en su día a día.

Cabe destacar que las palabras seleccionadas para este análisis son aquellas con mayor presencia en el habla local, reflejando las influencias externas que han permanado el vocabulario de la parroquia. Las palabras restantes, aunque presentes, tienen un uso más limitado entre la población.

Tabla 15.

Frases peruanas

ÍTEMS	FRASES PERUANAS	DENOTACIÓN	CONNOTACIÓN
1	Qué lenteja	Persona que usa lentes ¹	Se utiliza para decir que una persona es lenta ²
2	Claro pe	Afirmar algo de manera enfática ¹	Claro pues ²
3	Acasito nomás		Decir que algo está cercano ²
4	Que papaya		Que algo está fácil ²
5	Dar bola		Mostrar interés por alguien ²
6	Eres un lechero		Persona que tiene buena suerte ²
7	Al toque		Quiere decir de inmediato o rápido ²
8	Qué buenas yucas		Para referirse a las piernas de una persona ²
9	Apenas cuatro pela gatos		Para referirse a un lugar con pocas personas ²
10	Te falta calle		Para referirse que le falta experiencia ²
11	Eres muy cañón		Hace referencia a una persona fuerte ²
12	Tienes sencillo		Para decir si tiene dinero en efectivo ²
13	Cierra el pico		Se refiere a decir que hagan silencio ²
14	Era una chacota nomás		Para indicar que es una broma ²
15	Que piña		Para hacer referencia a una persona con mala suerte ²
16	Pitri mitri		Algo asombroso ²

Nota. El significado de las frases fue obtenido del Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (RAE)¹ y del Diccionario Perú².

Análisis e interpretación

La expresión **claro pe**, se usa para afirmar o responder en un tono informal y cotidiano. Un 83,8% de los encuestados afirmó conocer su significado y utilizarla con frecuencia en sus conversaciones diarias. En contraste, la frase **pitri mitri** es mucho menos común; solo el 5% de los encuestados la emplea, ya que no es ampliamente conocida entre los habitantes de Tacamoros. En el contexto peruano, esta frase expresa algo asombroso o impresionante.

Es relevante señalar que las expresiones utilizadas en el programa “El súper Show” pueden fomentar la adopción de jergas peruanas en la comunidad de Tacamoros debido a la repetición constante de estos términos. Muchas de las frases emitidas en el programa ya se han integrado en el vocabulario local, y es probable que más expresiones sean incorporadas en su habla cotidiana con la continua sintonización de Radio La Karibeña.

7. Discusión

En la era digital, todos los medios de comunicación cumplen con un papel relevante a la hora de brindar, tanto información como de ayudar a construir y formar la identidad cultural de las personas, y las radios como medios de difusión masiva y de gran alcance no son la excepción. Dentro de Ecuador, los medios de comunicación radiales extranjeros han traspasado fronteras, trayendo como consecuencia una influencia directa y notable en los territorios fronterizos, donde las poblaciones han sido más vulnerables al impacto comunicativo y de vocabulario de estos medios de comunicación.

Los resultados obtenidos en esta investigación reflejan cómo el vocabulario y las expresiones del programa radial "El Súper Show" de Radio La Karibeña han influido significativamente en la comunicación cotidiana de los habitantes de la parroquia Tacamoros. Este fenómeno se confirma con los datos que indican una alta adopción de términos extranjeros, como "chela", "señito" y "chamba", en el habla local. Esta adopción puede explicarse a partir del concepto de "intercambio cultural" propuesto por Coseriu (1981) y "el cambio de escenario cultural" de Kaplún (1990), quienes sostienen que el lenguaje refleja la cultura de una sociedad, permitiendo que ciertas palabras o expresiones extranjeras penetren y modifiquen el vocabulario local en contextos de alta exposición mediática, a través de medios de comunicación como las radios y televisión regionales, que se sintonizan de forma masiva en diversas localidades.

La influencia de los medios radiales en el lenguaje local se corrobora con el estudio de Del Palacio (2023), quien describe los desafíos que enfrentan las zonas fronterizas expuestas a frecuencias radiales extranjeras. Del Palacio argumenta que la injerencia de estas frecuencias afecta directamente la dinámica comunicacional de las comunidades locales, un fenómeno que los resultados de esta investigación confirman en Tacamoros. Asimismo, Salinas (2007) indica que el lenguaje radial tiene un efecto transformador en los jóvenes, quienes tienden a adoptar el vocabulario de los locutores para integrarse socialmente, adaptando así su lenguaje al entorno mediático.

Además, los hallazgos de este estudio coinciden con los resultados de Arce-Herrera y Chumbe-Vásquez (2009), quienes destacan que el éxito de los programas de entretenimiento radiales se basa en el uso de un lenguaje coloquial y directo, diseñado para captar la del público mediante atención expresiones que reflejan la identidad cultural de los oyentes. En el caso de "El Súper Show", los datos obtenidos muestran que este programa utiliza expresiones características del español peruano, lo cual ha facilitado la

incorporación de dichos términos en el vocabulario de los habitantes de Tacamoros. Esta tendencia hacia la imitación lingüística es también corroborada por las teorías de Llacuna y López (2005), quienes afirman que la persuasión y la repetición de mensajes en los medios tienen el poder de influir en las actitudes y comportamientos de las audiencias, modificando incluso su forma de hablar.

La percepción de los habitantes sobre la influencia de Radio La Karibeña en su vocabulario se confirma mediante encuestas, donde los participantes señalaron la adopción de términos específicos del programa en su comunicación diaria. Además, se arrojaron datos que afirman que el 48,3% de los encuestados sí utilizan palabras y frases que se emiten dentro del programa en su comunicación diaria. Este hallazgo es similar a lo observado por González (2018), quien sostiene que la comunicación persuasiva de los medios puede modificar la conducta lingüística de los individuos, especialmente en audiencias rurales y de menor acceso a otros medios de información.

En cuanto a la hipótesis planteada en esta investigación, los resultados la corroboran plenamente: la exposición a programas radiales extranjeros con un lenguaje coloquial específico sí tiene un impacto en el vocabulario y en las prácticas comunicativas de los habitantes de Tacamoros. Esto es comparable con lo encontrado por Veramendi (2016), quien señala que el uso de jergas y expresiones en los medios inducen a la audiencia a adoptar términos que, aunque ajenos a su contexto cultural, se integran a su identidad debido a la frecuencia de uso. Además, el estudio de Henríquez (2024) respalda este hallazgo, ya que el autor sugiere que la influencia de un programa radial de gran audiencia depende en gran medida de la repetición constante de términos en sus contenidos, generando una incorporación casi automática de los mismos en el lenguaje de los oyentes.

A pesar de estos hallazgos que refuerzan la hipótesis, es importante contrastarlos con autores como Domínguez (2012), quien argumenta que, en ciertos contextos, los medios de comunicación rurales muestran una resistencia a las influencias externas, manteniendo un lenguaje que refleja su cultura local. Sin embargo, los resultados de esta investigación presentan una situación diferente en Tacamoros, donde la cercanía geográfica y la alta sintonización de Radio La Karibeña han favorecido una rápida adaptación de vocabulario extranjero. Esta diferencia con Domínguez sugiere que el

contexto de alta exposición fronteriza podría ser un factor determinante que facilita la incorporación de términos extranjeros en el habla cotidiana.

Por otro lado, Salazar (2024) destaca que en zonas rurales, la influencia de los programas radiales extranjeros es más pronunciada debido a la centralidad que la radio tiene como medio de comunicación en estas áreas. Según Salazar, cuando el acceso a otros medios es limitado, la radio no solo informa, sino que también moldea las formas de expresión de la audiencia local, facilitando la adopción de términos extranjeros en su lenguaje cotidiano. Este planteamiento es congruente con los datos obtenidos en Tacamoros, donde la audiencia rural ha integrado términos del español peruano en su habla diaria, reflejando la influencia directa de programas como "El Súper Show".

La relevancia de estos resultados radica en la demostración empírica de cómo un programa radial puede modificar el vocabulario y las prácticas comunicativas de una población en un contexto fronterizo. Esta influencia en el lenguaje cotidiano de los habitantes de Tacamoros evidencia la capacidad de los medios para trascender fronteras y transformar la identidad cultural local, tal como lo plantea Pecino (2020), quien sugiere que los medios de comunicación no solo informan, sino que también moldean las actitudes, creencias y hasta el idioma de las poblaciones.

Para futuras investigaciones, se recomienda ampliar la muestra a toda la población de Tacamoros, lo cual permitiría obtener un análisis más completo y representativo de la influencia de los medios radiales extranjeros en la región. Además, sería pertinente explorar si la incorporación de vocabulario extranjero es un fenómeno temporal o si se mantiene en el tiempo, afectando la identidad cultural y lingüística de las nuevas generaciones.

8. Conclusiones

- El programa “El Súper Show” de Radio La Karibeña ha facilitado la adopción de palabras y frases características del lenguaje peruano entre los pobladores de Tacamoros. Este estudio confirma que términos como “chela”, “chamba” y “señito” han sido integrados en el vocabulario local con notable facilidad, reflejando una tendencia de asimilación cultural impulsada por la exposición mediática. Esto demuestra el poder de los medios radiales para influir en el lenguaje cotidiano en una comunidad fronteriza.
- Se reveló que el 37,8% de los habitantes de Tacamoros escuchan regularmente el programa “El Súper Show” de Radio La Karibeña, lo que implica un impacto considerable en la comunicación diaria. Aunque más de la mitad de los residentes no utilizan las expresiones transmitidas en el programa, un 48,3% ha incorporado algunas de estas palabras en su forma de expresarse. Esto indica que, aunque la adopción de vocabulario es parcial, podría existir la posibilidad de que se intensifique debido a la gran aceptación y alcance que tiene este medio radial en la parroquia.
- El vocabulario extranjero difundido en programas radiales como “El Súper Show” no solo moldea la percepción de la realidad de los oyentes, sino que también promueve una identidad más globalizada. Sin embargo, esta influencia tiende a desvalorizar la identidad cultural de una comunidad, generando una tensión entre la identidad comunitaria y las influencias extranjeras.
- Los resultados muestran que la adopción de vocabulario extranjero puede tener consecuencias negativas, particularmente en la juventud. La erosión de la lengua y de la identidad propia en Tacamoros subraya la importancia de implementar iniciativas que promuevan y preserven la cultura local, para garantizar en su medida que las nuevas generaciones mantengan un sentido de identidad cultural en un contexto de globalización mediática en aumento.

9. Recomendaciones

- Desarrollar programas de radio con enfoque en la cultura, historia y valores propios de Ecuador, especialmente de la comunicación local como Tacamoros. Para maximizar el impacto, se sugiere establecer alianzas estratégicas con las autoridades parroquiales y medios de comunicación que se encuentran en cantones cercanos a la parroquia. Estas acciones no solo fortalecerán la identidad cultural, sino que permitirá a los habitantes conectarse con la comunidad a través de contenidos relevantes. Además, estas iniciativas pueden apoyarse en políticas públicas orientadas a proteger la identidad lingüística y cultural de la parroquia Tacamoros.
- Promover la organización de talleres y actividades culturales en los que la comunidad pueda participar activamente, expresando sus opiniones y contribuyendo a la creación de contenidos que reflejen sus valores y necesidades culturales. Esta participación promoverá el sentido de pertenencia y permitirá que los habitantes de Tacamoros se identifiquen con los mensajes difundidos.
- Realizar estudios en la parroquia en la colaboración con profesionales del ámbito educativo, para evaluar la efectividad de talleres, campañas y capacitaciones relacionadas con la conservación de la identidad cultural de la parroquia. Esta retroalimentación constante permitirá ajustar las estrategias de promoción cultural, asegurando que las iniciativas respondan a las expectativas y necesidades de la comunicación.
- Implementar campañas educativas sobre la importancia de valorar y preservar el patrimonio cultural, dirigida tanto a jóvenes como adultos de la parroquia. Estas campañas pueden incluir actividades educativas en las escuelas y colegios así como la difusión de mensajes a través de medios locales, destacando la riqueza de la cultura y tradiciones locales. Sensibilizar a la población desde una temprana edad, fomentará una identidad cultural sólida que contrarreste la influencia de contenidos externos.

10. Bibliografía

- Abreu, J. (2014). El método de la Investigación. *Revista Internacional de Buena Conciencia*, 9 (3), 195-204.
- Acero, H. (2022, 06, 19). La influencia de la radio en la cultura. *Periódico SectorH*. <https://www.sectorhperiodico.com/post/la-influencia-de-la-radio-en-la-cultura>
- Arce, C., y Chumbe, N. (2009). *Humor en la Radio Peruana: Análisis audiográfico, de contenidos y comparativo del programa “Los Chistosos” de RPP Noticias*. [Tesis de grado, Facultad de Comunicación, Universidad de Piura]. Repositorio institucional-PIRHUA
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la investigación científica*. (6ª Ed.). Editorial Episteme. https://tauniversity.org/sites/default/files/libro_el_proyecto_de_investigacion_de_fidias_g_arias.pdf
- Armijos, A. (1990). *Historia del Periodismo Loja en sus últimas cinco décadas*. Editorial de la Casa de la Cultura Ecuatoriana.
- Andrade, M. (2021). *Medios de Comunicación y Sociedad*. <https://unl.edu.ec/sites/default/files/archivo/2021-02/Medios%20de%20Comunicacio%CC%81n%20y%20Sociedad1.pdf>
- Áviles, C. (2022). De la radio al podcast: tipologías, dimensión estructural, géneros y formatos en la producción de podcasts de las principales radios argentinas. *Austral Comunicación*, 6(2), 2-35. <https://doi.org/10.26422/aucom.2022.1102.avi>
- Barnhart, B. (30 de marzo de 2021). *Segmentación de audiencias: Definición, tipos y estrategias*. Audiense. <https://recursos.audiense.com/es/blog/segmentacion-de-audiencias-definicion-tipos-estrategias>
- Beare, H. (1992). *Cómo conseguir centros de calidad. Nuevas técnicas de dirección*. Editorial La Muralla, S.A.
- Brunet, M. (2013). *Los géneros periodísticos en radio. Reduciendo el ruido*. Ediciones DASS-UCSE.

- Bustamante, E. (2005). Los primeros 20 años de la radio en Perú. *Contratexto*, (13), 206-220.
<https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/view/757/729>
- Capdevila, N. (mayo de 2014). *Importancia del Vocabulario*. Significado.
<https://significado.com/im-vocabulario/>
- Casas, J., Repullo, J. y Donado, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. *Investigación*, 31(8), 527-538. [https://doi.org/10.1016/S0212-6567\(03\)70728-8](https://doi.org/10.1016/S0212-6567(03)70728-8)
- Coelho, F. (1 de julio de 2024). *Significado de Vocabulario (Qué es, Concepto y Definición)*. Enciclopedia Significados. <https://www.significados.com/vocabulario/>
- Coseriu, E. (1981). *La sociolingüística.: sus fundamentos y sus tareas*, 19, 5-30.
<file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-LaSocioYLaEtnolingüística-31322.pdf>
- Del Palacio, C. (2023). *Periodismo de frontera en América Latina: Violencias y desigualdades múltiples*. (1ª Ed.). FLACSO Ecuador.
https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/91020/ssoar-2023-del_palacio-Periodismo_de_frontera_en_America.pdf?sequence=1&isAllowed=y&lnkname=ssoar-2023-del_palacio-Periodismo_de_frontera_en_America.pdf
- Delgado, Y. (12 de julio de 2015). *La comunicación como herramienta persuasiva*. Artículos.
<https://bloggerpersonalyani.blogspot.com/2015/07/la-comunicacion.html>
- Domenech. (2020). *El lenguaje de los medios de comunicación. La expresión de la subjetividad*. Recursos Educativos Digitales.
http://descargas.pntic.mec.es/recursos_educativos/It_didac/Leng_ESO/4/10/01_lenguaje_subjetividad/el_lenguaje_de_los_medios_de_comunicacin.html
- Domínguez, E. (2012). *Medios de Comunicación Masiva*. (1ª Ed.). Red Tercer Milenio.
https://www.aliat.click/BibliotecasDigitales/comunicacion/Medios_de_comunicacion_masiva.pdf
- Dominick, J, R. (2007). *La dinámica de la comunicación masiva: Los medios en la era digital*. (vol. 8). The McGraw-Hill Companies.
- Editorial Etecé. (2024). *Historia de la radio*. Enciclopedia Humanidades.
<https://humanidades.com/historia-de-la-radio/>

- Espada, A. (2017). Ecosistema radiofónico online en Argentina: Un análisis comparativo de los contenidos de los sitios webs de agregadores, podcasters, radios online y offline. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 4(8), 54-62. <https://doi.org/10.24137/raeic.4.8.7>
- Espinosa, R. (2023). *Elementos de la comunicación: tipos y ejemplos*. Espinosa Consultores. <https://robertoespinosa.es/elementos-de-la-comunicacion/>
- EstacionesFM. (2024). <https://estacionesfm.com/peru/5/radio-karibena>
- Fernández, J. (2004). Los Lenguajes de la Radio. <https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/LIBROS/L/0001793-ADLIBFT.pdf>
- Gad Sozoranga. (2023). *Cantón Sozoranga*. <https://www.sozoranga.gob.ec/index.php/canton>
- Gad Tacamoros. (2023). *Historia*. https://gadtacamoros.gob.ec/?page_id=583
- García, J. (1980). *La Radio por dentro y por fuera*. (1ª Ed.). CIESPAL. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/53840.pdf>
- Godínez, F. (2010). *El radiograma en la comunicación de mensajes sociales*. (1ª Ed.). Jinete Insomne. <https://jineteinsomne.com/media/radiodrama.pdf>
- Gómez, S. (2012). *Metodología de la Investigación*. (1ª Ed.). Red Tercer Milenio. S.C. https://dspace.itsjapon.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/735/1/Metodologia_de_la_investigacion.pdf
- González, S. (2018). La comunicación persuasiva como instrumento para el cambio de opiniones. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (25), 185-193. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2018.25.65182>
- Haye, R. (1998). El impacto cultural de la radio. *CHASQUI*. (62), 14-16.
- Hernández- Sampieri, R et at. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ª Ed.). Mc Graw Hill.
- Herrera, M. (2023). *Fórmula para el cálculo de la muestra poblaciones finitas*. Stodocu. <https://www.stodocu.com/ec/document/universidad-tecnica-particular-de->

loja/microeconomia-iii/formula-para-el-calculo-de-la-muestra-poblaciones-finitas/20370021

Kaplún, M. (1999). *Producción de Programas de Radio*. (5ª Ed). Editorial Quipus. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/54479.pdf>

Kerlinger, F. (1979). *Investigación del comportamiento*. (4ª Ed.). Nueva Editorial Interamericana. <https://padron.entretemas.com.ve/INICC20182/lecturas/u2/kerlinger-investigacion.pdf>

Llacuna, J y López, E. (2005). La persuasión como técnica comunicativa en prevención de riesgos laborales. *Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo*, 1, 1-4. https://www.insst.es/documents/94886/326775/ntp_665.pdf/00a9394e-834b-4226-a6fb-d8e6dc40f5b3

Logopedia. (2024). *Radio Karibeña*. https://logos.fandom.com/es/wiki/Radio_Karibe%C3%B1a

López, J. (2005). *Manual Urgente para Radialistas Apasionados*. https://radioteca.net/media/uploads/manuales/2013_10/ManualUrgenteRadialistas.pdf

Loubna, B. (2021). La relación entre Lengua, Cultura y Sociedad en las Ciencias Sociales. *Universidad de Orán*, 13, 49-54.

Luria, A. (1980). *Ciencia y Lenguaje*. (2ª Ed.). Visor Libros. <https://www.textosenlinea.com.ar/libros/Luria%20%20Conciencia%20y%20Lenguaje.pdf>

Martí, J. (2015). La radio, modelo de negocio en transición: Estrategias de oferta y de comercialización en el contexto digital. *Quaderns del CAC*, 18(14),13-22. <https://docplayer.es/7415260-La-radio-modelo-de-negocio-en-transicion-estrategias-de-oferta-y-de-comercializacion-en-el-contexto-digital.html>

Mata, L. D. (19 de mayo de 2020). *Entrevistas semiestructuradas en investigación cualitativa*. Investigalia. <https://investigaliacr.com/investigacion/entrevistas-semiestructuradas-en-investigacion-cualitativa-entrevista-focalizada-y-entrevista-semiestandarizada/>

- Media Ownership Monitor. (2016). *Radio La Karibeña*. <https://peru.mom-gmr.org/es/medios/detalles/outlet/radio-la-karibena/>
- Muñoz, J. y Gil, C. (1990). *La Radio Teoría y Práctica*. <http://librodigital.sangregorio.edu.ec/librosusgp/02793.pdf>
- ONU. (s.f). *Nociones básicas sobre estadística demográfica*. <https://www.ugr.es/~mdhuete/autoaprendizaje/Nociones.html>
- Pecino, B. (4 de febrero del 2020). *La importancia de la radio en los países en desarrollo*. Ayuda en Acción. <https://ayudaenaccion.org/blog/derechos-humanos/importancia-radio-desarrollo/>
- Pérez-Idiart. H. (2012). *Metodología de la Investigación*. (3ª Ed.). <http://www.hugoperezidiart.com.ar/metodologia-pdf/ge-modulo3-CL2015.pdf>
- Pérez, J. y Merino, M. (9 de junio de 2023). *Vocabulario - Qué es, tipos, definición y concepto*. Definición.de. <https://definicion.de/vocabulario/>
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Sozoranga. (2020). Recuperado de <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/2.%20PLAN%20DE%20DESARROLLO%20Y%20ORDENAMIENTO%20TERRITORIAL%20DE%20SOZORANGA%2020-2023.pdf>
- RAE. (s. f.). *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es/vocabulario?m=form>
- Ramos, Á. (2015). Radio hertziana vs. Radio en Internet: un análisis comparativo. *Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, (4), 757-774. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5924942>
- Ramos, F. D. (2011). *La radio: un gigante dormido*. Trillas
- Romero, M. (1991). Enseñanza del Vocabulario e Interacción Cultural. *Centro Virtual Cervantes*,3, 179-188.
- Ruiz, G. (1990). *La Radio en el área andina: Tendencias e Información* (1ª Ed.). QUIPUS. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/50290.pdf>
- Sadurní, J. (2024). *Un invento que cambió el mundo*. National Geographic. https://historia.nationalgeographic.com.es/a/marconi-y-primera-transmision-por-radio-historia_14204

- Salinas, E. (2007). *La influencia del lenguaje utilizado en la radio regional sobre la forma de hablar de los jóvenes universitarios estudiantes de comunicación*. [Tesis de maestría, Universidad Autónoma de Nuevo León]. Repositorio institucional – UANL.
- Sánchez, C. (2012). *Serie Radial sobre los sacramentos* [Tesis de Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Técnica de Loja]. Repositorio institucional- UTPL.
- Santa, R. (2021). *La radio, centenaria en Latam*. Tv y video. <https://www.tvyvideo.com/2021061410352/articulos/radiografia/la-radiocentenario-en-latam.html>
- Siles, I., Campos, P. y Segura, A. (2018). Sitios Costarricenses de noticias en Facebook: ¿Qué likean, comentan y comparten sus usuarios? *Revistas de Ciencias Sociales*, 11 (160), 37-55. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/sociales/article/view/34806/34369>
- Sinche, N. y Valdivieso, K. (2008). *Historia del Periodismo Radial y Escrito en Loja*. [Tesis de Grado previa a la obtención del título de Licenciado en Comunicación Social]. Repositorio institucional-UTPL.
- Solero, E. et al. (2011). Fiestas, tradiciones y costumbres de Archidona. *Aproximación al patrimonio natural y cultural de Archidona* (161-177).
- Tallei, J. y Sobrinho, J. (2011). El uso de podcasts en la enseñanza secundaria. *Revista de Humanidades, Tecnología e Cultura*, 1(1), 234- 242. <https://bkpsitecpsnew.blob.core.windows.net/uploadsitecps/sites/51/2024/04/13-EL-USO-DE-PODCASTS-EN-LA-ENSEÑANZA-SECUNDARIA.pdf>
- Toro, D. (2011). *Análisis de contenido y lenguaje radial utilizado en Tropicana Estéreo 102.9 FM y la W Radio 90.9 FM*. [Tesis de Grado previa a la obtención del título de Licenciado en Comunicación]. Repositorio institucional- UCLA.
- Uribe, V. (8 de noviembre de 2022). *La importancia del vocabulario para impulsar el aprendizaje*. MUxED. <https://www.muxed.mx/blog/vocabulario-aprendizaje>
- Veramendi, O. (2016). *Análisis descriptivo de los mensajes difundidos por el programa “El Reventonazo de la Chola”*. [Tesis de grado, Facultad de Ciencias Empresariales y Educación, Universidad Alas Peruanas]. Repositorio institucional-UAP.

11. Anexos

Anexo 1. Ficha de análisis de contenido del programa “El Súper Show”

Fecha	Ítems	Palabras y frases peruanas	Connotación	Denotación	Ejemplo
03/06/2024	Palabra	Zanahoria	Persona inocente	Plantea herbácea una raíz vegetal de color naranja y textura leñosa.	Eres muy zanahoria
	Frase	Qué lenteja	Se utiliza para decir que una persona es lenta		Qué lenteja que eres para ir a comprar
	Palabra	Chela	Se emplea para referirse a una cerveza	Rubia de ojos claros	Vamos a tomar una chela para el calor
	Frase	Son una coca cola	Para expresarse que una persona bastante reconocida	Bebida gaseosa	La selección del Perú es una Coca Cola
	Palabra	Oe	Llamar la atención de una persona	Referirse a una persona	¡oe, qué haces!
	Frase	Claro pe	Afirmar algo de manera enfática	Claro pues	Claro pe, vamos a la discoteca
	Frase	Acasito nomás	Decir que algo está cercano		Ven, que acasito nomás hay una tienda
	Frase	Que papaya	Que algo está fácil		Que papaya ha sido jugar free fire
11/06/2024	Palabra	Palta	Referirse al aguacate	Dicho de una persona: De un Pueblo amerindio que habitaba en la región ecuatoriana provincia de Loja, y norte del Perú.	Quiero comer una palta con sopa
	Palabra	Pata	Referirse a un amigo	Pie y pierna de los animales	Quiero ir con mi pata al cine
	Frase	Dar bola	Mostrar interés por alguien	Apilar cocas o disponerlas ordenadamente	Mi prima estaba dando bola a un influencer
	Palabra	Jatear	Dormir	Apilar cocas o disponerlas ordenadamente	Me quedé jateando un ratito en el trabajo
	Palabra	Señito	Para referirse a una señora y señor	Señora o señorita	Señito véndame un agua
	Palabra	Kausa	Hace referencia a amigo		Ya te extrañaba mi kausa

	Palabra	sapo	forma de regañar a alguien que se entromete	Anfibio	Deja de ser sapo en lo que no te interesa
	Palabra	Luca	Moneda de un sol	Mil pesos	El kilo de manzanas están a tres lucas
	Frase	Eres un lechero	Persona que tiene buena suerte		Mi hermano es un lechero para las apuestas deportivas
	Frase	Al toque	Quiere decir de inmediato o rápido		Solo dame un minuto y me alisto al toque
	Frase	qué buenas yucas	Para referirse a las piernas de una persona		Las artistas de Corazón Serrano tienen unas buenas yucas
19/06/2024	Palabra	pollo	Persona que se emborracha pronto	Cría que nace de un huevo de un ave, especial de la gallina	No te invito a tomar porque eres muy pollo
	Palabra	chamba	Forma de llamar al trabajo	Chiripa	Quiero salir pronto de la chamba para ver el fútbol
	Frase	Apenas cuatro pela gatos	Para referirse a un lugar con pocas personas		Kausa en el bingó solo había cuatro pela gatos
	Frase	Pitri mitri	Forma de sentir asombro		¡A la pitri mitri, no esperaba eso!
27/06/2024	Frase	Te falta calle	Para referirse que le falta experiencia		Mi pata no tienes calle como yo
	Palabra	Chancha	Para referirse a recolectar dinero		Estamos haciendo una chancha para irnos de viaje
	Palabra	Flaca	Referirse a la novia	De poca carne	Mi flaca terminó con nuestra relación
	Palabra	Guachimán	Referirse a un guardia de seguridad	Vigilante	El guachimán siempre cuida mi empresa
	Frase e	Eres muy cañón	Hace referencia a una persona fuerte		Mi papá es muy cañón
	Palabra	Bacán	Referirse que algo está bueno	En lenguaje juvenil, muy bueno, excelente	Qué bacán que estuvo el partido de la selección
	Frase	Tienes sencillo	Para decir si tiene dinero en efectivo		María, tienes sencillo para comprar una galleta?

05/07/2024	Palabra	canchitas	Para referirse a las palomitas de maíz	Espacios para la práctica de deporte	Trae unas canchitas para comer mientras vemos a la selección
	Frase	Cierra el pico	Se refiere a decir que hagan silencio		Cierra el pico que mi mamá está hablando
	Frase	Era una chacota nomás	Para indicar que es una broma		No te enojés, que solo era una chacota
	Frase	Ese churro	Para referirse a un niño/a pequeña		Ese churro es inteligente
	Palabra	Choro	Para referirse a alguien que robó	Ladrón	El choro se llevó mi iphone
	Palabra	calato	Para referirse a una persona desnuda	Desnudo en cueros	De tanto tomar alcohol hasta se quedó calato en la calle
	Palabra	Conchudo	Persona con descaro	Animal cubierto de conchas	¡qué conchudo! No me paga la apuesta y me dice que le preste tres lucas
	Frase	Que piña	Para hacer referencia a una persona con mala suerte		Eres bien piña para lesionarte

Anexo 2. Entrevista a expertos

Experto 1. Yovanny Salazar, Decano de la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja

1. ¿Qué tipo de influencia considera usted, tiene el vocabulario extranjero en los habitantes de nuestro país?

Bueno, hablamos en nuestro caso de Hispanoamérica de una comunidad lingüística de aquellos países, estados nacionales ahora, con independencia, con autonomía, con libertad para autodeterminarse, que en algún momento fueron parte del reino de España, con calidad de colonias americanas de España. Entonces tenemos en común el idioma. Ahora, dentro del idioma hay variantes que pueden ser regionales, las llamadas variantes dialectales, que le dan una particularidad al uso del idioma. En determinado lugar, particularidad que está influida por muchas razones, es decir, un hablante tiene una identidad lingüística por el hecho de tener, un nivel cultural, una profesión, un origen geográfico, un lugar de residencia, un campo profesional. Hay muchas situaciones que le hacen que tenga una identidad propia.

Y luego lo otro, es evidente en las regiones de frontera que siempre hay esa influencia del país vecino, y en este caso, por decir algo, los que están en la provincia del Carchi, seguramente, con el lenguaje, con el español que se habla en Colombia, o los que estamos en la provincia de Loja, de Oro, alguna influencia también del lenguaje español que se utiliza, del habla del español que se utiliza en Perú. es evidente, y es difícil, digamos, decir que no influye. Influye, de manera determinante en algunos casos, y nos hace conformar otra comunidad lingüística que entre sí se entiende, pero que si salimos fuera con estos términos que pueden resultar como localismos, tenemos dificultad de entendimiento. Hay un español estándar, el que manejamos, en la península ibérica y en América Latina, y pues luego hay estas variantes de que estamos mencionando.

2. ¿De qué manera el vocabulario utilizado en un programa de radio puede influir en la percepción de la realidad y la construcción de la identidad de los oyentes?

Bueno, hay que ver los momentos históricos, hubo un momento en que la radio era todo, a través de la radio se escuchaban las famosas telenovelas, ahora telenovelas, las radionovelas, funciones de teatro, noticieros, espacios de ocio, de diversión, si se

quiere, como por ejemplo un programa de música, un magazine, un programa de variedades, es decir, todo era a través de la radio, entonces era muy determinante.

Últimamente hay otras opciones, como por ejemplo las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, el uso de internet, la televisión misma, el cine, la interacción, la intercomunicación, los viajes de ida y vuelta también influyen, es decir, por ejemplo, ecuatorianos que fueron a España y que luego retornaron, también traen términos que luego son incorporados al habla coloquial del lugar de residencia de esos emigrantes retornados. Entonces, claro, entiendo que la influencia de la radio, de los programas radiales, está en función directa del impacto que pueden tener otros medios. Y si estamos en un medio rural, donde la radio es un medio importante de comunicación, de hecho, la influencia va a ser mayor, haciendo referencia al programa “El Súper Show” va a tener una influencia significativa dentro de Tacamoros.

3. ¿Cuáles cree que son las ventajas y desventajas de la adaptación de palabras y frases extranjeras como propias en una población?

Bueno, siempre hay como una tendencia de valoración del habla que uno utiliza, y, esto es bastante relativo. Por ejemplo, los lojanos decimos hacia afuera que hablamos el mejor español. Los bogotanos, los de La Habana, de Buenos Aires, de Ciudad de México, de Caracas, de Madrid, también dicen lo mismo, que es el mejor español el que hablan en sus respectivas comunidades. Pero la realidad es que hay, realidades, hechos lingüísticos que se dan en un lugar o en otro. Y que no hay cómo decir que están equivocados o están en lo correcto, sino que más bien según los expertos en este campo es el sistema educativo y sobre todo el nivel universitario el que determina como un referente de corrección en el uso del idioma en determinado lugar.

4. ¿Cuál cree usted que podría ser la repercusión de un programa de radio extranjero en una parroquia rural?

Bueno, genera un uso del idioma español, en este caso un habla que es muy particular y que seguramente limita la posibilidad de comunicación y entendimiento con otras realidades lingüísticas. Pero allí, pues, como digo, el nivel educativo y cultural tiene mucha influencia para podernos ubicar en un nivel estandarizado que cuando tengamos que hablar, tengamos que escribir, tengamos que interactuar, podemos utilizar un lenguaje que tenga términos estandarizados que signifiquen de parecida manera en ese lugar y también en otros lugares.

Porque la realidad lingüística, en este caso el habla del español de una parroquia determinada, solamente se podrá determinar si tiene algunas dificultades para la comunicación, la interacción con otras variantes lingüísticas o dialectales, cuando nos pongamos en contacto con esas otras variantes; de lo contrario, si estamos encerrados en este pequeño círculo de hablantes, pareciera que todo marcha a perfección. Pero cuando nos ponemos en contacto con otras realidades, vemos que hay términos que no son adecuadamente comprendidos. La parte léxica tiene a veces complejo, pero también enriquecedor de que un mismo objeto es denominado de diferentes maneras en un lugar o en otro. Eso si hablamos de una realidad lingüística en el Ecuador. Por decir algo, Amazonía, sierra, costa, campo, ciudad, y mucho más si es que hablamos del uso del idioma español en un país o en otro, en un continente o en otro. Hay cosas que resultan seguramente un poco hasta cómicas por esta diferencia. El mismo objeto, por ejemplo, este mismo, aquí nosotros hablamos del celular, pero en otros lugares hablan del móvil y está en referencia a lo mismo, por ejemplo, los fréjoles, en otros lugares serán alubias, el maní que decimos nosotros aquí que en otros lugares será cacahuete, o el aguacate que será palta. Y también hay que tener en cuenta que los pueblos originarios no tuvieron las mismas fronteras que tenemos ahora, las mismas fronteras nacionales. Por ejemplo, lo que llamamos ahora, lo que se trata de reconstruir como nacionalidad palta, también tuvo no solamente lo que ahora es la provincia de Loja, que es donde está ubicado el Cantón Palta, sino también otras provincias del Ecuador y alguna parte de lo que ahora es la República del Perú. Eso fue originariamente la comunidad palta, pero luego con la independencia, con la construcción de las repúblicas, con esta ley de división territorial, con la distribución política de provincias, cantones, parroquias y más, ha habido modificaciones a esa realidad originaria.

5. ¿Qué acciones se podría ejecutar para mantener y fortalecer la identidad cultural ecuatoriana en una parroquia rural?

La lectura, que puede ser de medios ecuatorianos, de circulación nacional, como por mencionar algo, claro, ahora ya no se los puede conseguir más en formato digital que impreso, pero por decirles algo, diario, el Comercio de Quito, el Universo de Guayaquil, el Expreso de Guayaquil, el telégrafo de Guayaquil, el Mercurio de Cuenca, los diarios locales, La Hora, Crónica, pero también la producción bibliográfica, la producción literaria, que tiene su importancia. Si leemos, por

mencionar, clásicos de la literatura ecuatoriana, como La Emancipada, como Cumandá, Alacosta, Huasipungo, Están haciéndonos referencia, a hechos concretos, de realidades también concretas, pero el lenguaje en el que están comunicándose nos hace tener también un sentido de identidad no solamente cultural o lingüística, sino incluso nacional del Ecuador, porque allí están reflejándose hechos que son historia en el Ecuador, realidades que han sido parte de esa historia en determinado momento. Entonces, sí es importante la lectura. Y también las propias radios que hacen mención. Ustedes por ahí hay radios muy potentes, de mucha cobertura, como es por decir HCJB, la voz de los Andes de Quito, que tranquilamente llega a esa parroquia. O Radio Caravana de Guayaquil, o radios de aquí de Loja, de la provincia de Loro, que sí también llegan allí. O sea, no es la única opción, sino que por alguna razón podrá ser la radio preferida, a lo mejor la música, a lo mejor los programas, pero siempre es necesario e importante reflexionar al respecto, porque como decir, Patria Ecuatoriana se hace no solamente cantando el himno nacional, izando la bandera, visualizando nuestro escudo, sino también tratando de llegar con obra pública y con estas otras opciones de comunicación que están en estos medios que ahora la mayoría de ellos son digitales, sea radio, televisión o prensa.

Experto 2: Eduardo Henríquez, docente de la Carrera de Comunicación de la Universidad Nacional de Loja.

1. ¿Qué tipo de influencia considera usted tiene el vocabulario extranjero en los habitantes de nuestro país?

Yo pienso que es una influencia positiva en tanto, un ejemplo claro de ello es el anglicismo, estamos utilizando siempre palabras en inglés para poder relacionarnos socialmente y estas palabras en inglés se han normalizado tanto que suenan como algo común sin saber mucho qué significa, por ejemplo en Quito para llamar a una mujer lo han acomodado tanto que dicen la man, sabemos que el man es hombre pero le llaman así la man, es bonita por decirlo así, entonces desde esa perspectiva los hemos adecuado a nuestro cotidiano lenguaje como podría ser como un tipo de narrativa que tiene elementos de humor, entonces es positivo en tanto nosotros nos adecuamos, nos sentimos cómodos en la utilización, por ejemplo en nuestro lenguaje mestizo, por no decirlo español porque ellos dicen que nosotros tenemos otro tipo de español, hemos adecuado también palabras catalanas porque hubo muchos sacerdotes catalanes,

entonces nosotros utilizamos dentro de la lengua popular en algunos lugares de aquí de Ecuador una palabra que es muy catalán que significa poco que es la mica, una mica en catalán es poco o poquito, entonces aquí utilizamos esa palabra para llamarle a un recipiente que se utiliza en la costa ecuatoriana que es donde las personas hacían una necesidad fisiológica en la noche y es de la colonia, la mica era un recipiente de peltre que tenían las personas debajo de la cama, era como el baño portátil en la colonia, si era un recipiente de peltre que tenía una rejita que lo sacaban debajo de la cama y ahí hacían una necesidad fisiológica en la noche para no salir al patio, entonces la mica, eso no se llama así, tiene otro nombre pero lo comenzaron a llamar así utilizando otra palabra catalana y tenemos palabras del portugués, tenemos palabras, muchas palabras quichuas adaptadas a nuestro lenguaje como el guagua, como el taita, que son palabras totalmente originarias, los pueblos originarios y volvemos nuestra cotidianidad, entonces la pregunta sería si hay aculturación o no hay aculturación utilizando estas palabras, no, no lo hay, en tanto nosotros somos una población totalmente nueva en el mundo, somos otro cuerpo biológico genéticamente diseñado por un resultado de un sistema mundo donde hubo un cruce de etnias como la africana, la indígena, la española y el árabe, porque ellos también tenemos mucho de esas etnias, entonces allí tenemos un montón tanto de palabras de ellos, por ejemplo la almohada no es una palabra en español sino es una palabra totalmente árabe, los afros también nos han heredado un montón de palabras para poder comunicarnos, se me van las palabras afro en estos momentos, pero bueno, me acordaré de dónde la diría, entonces de manera positiva han enriquecido nuestro lenguaje y nos hemos permitido desde ese enriquecimiento con estas palabras generar otro tipo de narrativa que es única en el país, y es única en tanto lo digo, aquí por ejemplo hay palabras que se utilizan directamente como la laptop, no dicen el portátil sino la laptop, y la laptop es la palabra original en inglés, en otros países dicen portátil, por ejemplo también decían la USB o la flash memory, que también es la palabra correcta en inglés, pero lo utilizamos así como si la hubiéramos asumido como propia, es la característica y la particularidad de la cultura ecuatoriana, entonces la utilizamos de manera positiva, en tanto que nos permite comunicarnos lo vamos entendiendo, la influencia es positiva para mí.

2. ¿De qué manera el vocabulario utilizado en un programa de radio puede influir en la percepción de la realidad y la construcción de la identidad de los oyentes?

Yo pienso que la percepción influye en la medida de la repetición que lo haga en la radio, si la radio repite una palabra, por ejemplo los peruanos tienen una palabra que dicen pe, si esta palabra la repiten todo el tiempo y la utilizan con características de humor, pues la gente le va a gustar y va a reproducir, el pe va a estar allí, habrá otro tipo de palabras como ñaño, que la utilizan ñaño, ñaño, por ejemplo un gran ejemplo de eso es el machi, colocaron de moda una palabra que es totalmente quichua por 10 años de presidencia que tuvo Correa, entonces el machi Correa, el machi es mi amigo, entonces claro que sí va a tener influencia en la medida que se repitan las palabras en los programas y si el programa tiene mucha acogida pues va a colocar palabras de moda en la población y van a ser palabras de moda temporales, no las que se van a crear porque ya muy pocas personas utilizan el machi, pero si le siguen llamándose la Correa.

3. ¿Cuáles creen que son las ventajas y desventajas de la adaptación de palabras y frases extranjeras como propias en una población?

Las ventajas yo digo que son como el enriquecimiento que hay en el vocabulario, eso es como que la ventaja, y aprender culturalmente otro tipo de expresiones que pueden significar lo mismo, pero dicho de otra manera con estas palabras. Las desventajas es que nosotros vamos construyendo un tipo de categorías estereotipadas, si yo utilizo demasiadas palabras indígenas pues me van a decir que mi vocabulario es básico o común, en tanto la sociedad te está exigiendo cada vez más que tengas un vocabulario dentro de unas normativas establecidas por la misma sociedad que vienen de la educación. Por ejemplo, nuestras abuelas tienen un vocabulario netamente religioso, todo es con Dios, si Dios lo quiere, si Dios lo permitió así, todo en el tiempo de Dios. Los jóvenes tendrán un vocabulario dependiendo del tipo de música que escuchen, hace menos de un año atrás, muchos jóvenes que conocí aquí en esta población, asumieron el reggaetón como propio, estamos en los Andes, pero asumen como la pronunciación de la R como la L, de un lugar que es totalmente del Caribe de la Santilla, caribeño, fue tan fuerte hasta que la forma de vestir, con una gorra, donde el parasol o el parabrisa de esa gorra lo colocaban plano, los pantalones caídos y todo así. Claro que va a tener una influencia negativa en el sentido de la pérdida de una

identidad, desde cómo hasta las palabras van a influenciar en la forma de vestir. Y esto no solamente va a suceder desde la radio, bueno, la radio por la música, sino también en lo visual, en lo audiovisual.

4. ¿Cuál cree usted que podría ser la repercusión de un programa de radio extranjero en una parroquia rural?

Dependiendo del nivel de educación que tenga la parroquia. Yo he conocido muchas parroquias dentro del país donde ya hay muchas personas mayores porque los jóvenes han salido, casi la gran mayoría, a estudiar en las grandes ciudades o a trabajar. Entonces, si lo están escuchando personas ya mayores de 40 años, se dice que ya tienen una identidad formada, pues no va a tener mayor repercusión. Pero si hay una población menor a los 20 o a los 26, sí, porque ellos van a tomar como moda los diferentes tipos de palabras y van a comenzar a pronunciarlas. Por ejemplo, hay palabras que se utilizan en la costa que en los Andes no se escuchan mucho, pero aquí lo acomodamos. Una de ellas es *mjim*, y ya lo escuchamos. En Quito, por ejemplo, en las parroquias rurales, por querer pertenecer a la gran ciudad o al cantón como tal, ellos comienzan a arrastrar la F de la E. Entonces, es simplemente como que yo no quiero que se den cuenta que yo soy de la parroquia rural, entonces me asumo como quiteño utilizando las mismas palabras, la misma pronunciación y la misma entonación.

Aquí hay una cosa muy humorística dentro del Oaxaca que yo lo he escuchado en la universidad y he escuchado el acento. Y cuando escucho el acento, hay personas que dicen, otros estudiantes dicen ¿y cómo sabes que soy de Oaxaca? Entonces, eso lo mismo va a suceder si el programa es internacional. ¿Cómo sabes que soy? No sé, de Guaquilla, de Lima, o si es un programa de Perú. Entonces, claro que sí, va a haber repercusión negativa en el sentido de asumir palabras que son ajenas como propias. Y las palabras propias, pues, desplazarlas, ¿no? Simplemente por estar dentro del contexto de la moda o del momento, porque son momentáneas. Por ejemplo, yo he escuchado mucho en personas que vienen de parroquia Venga, papito, pues, y de carrollí, ¿no? Entonces, ¿cuántas músicas ponen de carrollí? Entonces, es eso, ¿no? Así tiene repercusiones porque se le escucha extraño. Yo una vez escuché mucho en una parroquia, en un cantón que es Santo Domingo, en el cual después viví un tiempo, vi algo que en mi vida pensé, ¿qué iba a haber? Y es que había un programa de radio

que lo dirigía una persona, un joven, y colocaba una música que yo nunca en mi vida había escuchado, pero había un grupo de personas que la escuchaban. Y vi un nemo afro, con queratina. Era por una fotografía. Y quise acercarme, pero no me pude acercar, porque no pude. Pero por medio de otros compañeros estudiantes de la Universidad Católica de Santo Domingo, me pregunté y me dicen, no, mira, tienes hasta un programa de radio, tienes una tienda y todo eso, ¿no? Nunca en mi vida. Y había también un chico, quien no pertenecía a la zona, sino que era de otra zona, con muchos rasgos indígenas también, memo.

O sea, tenían como un tipo de colectivo, eran como cuatro personas dentro de la universidad. Y eso, gracias al programa de radio que presentaban, como tipo 10 de la noche, todos me dijeron, ¿no? Yo dije, wow, o sea, digno de estudio sociológico. Y después, bueno, descubrí un montón de colectivos, por ejemplo, que ese sí lo vi crecer, que iban asumiendo como que este tipo de postura, que es el arroyo. Y claro que en una parroquia va a hacer repercusión en tanto y cuanto tengo una identidad débil, ¿no? Porque las parroquias no tienen como esa potestad que tiene la ciudad, que fue fundada por y que tiene una historia establecida, ¿no? Las parroquias nacen por una necesidad, más que todo agraria y agrícola, de 10 familias estar atentas a la producción que haya a su alrededor. Y esas 10 familias se van a ir multiplicando hasta hacer 20, 30 familias durante el tiempo. Entonces no tienen una identidad en el sentido de que la gran mayoría de las parroquias son personas que han migrado y se han establecido en el lugar. Entonces no son como las etnias, ¿no? Que sí tienen como una identidad base originaria y ancestral. Lastimosamente las parroquias no. Las parroquias son un resultado también de la necesidad económica que hay en el país.

5. ¿Qué acciones se podrían ejecutar para mantener y fortalecer la identidad cultural ecuatoriana en una parroquia rural?

Pues yo no veo que sea necesario mantener identidad. Porque la parroquia es lo que es. O sea, hoy día vamos desde una perspectiva de la globalización y la glocalización es la otra palabra. Y la glocalización quiere decir que la mayoría de las parroquias que yo he conocido, no todas, tienen una identidad. Primero como un santo, que es totalmente religioso. O sea, son devotos a un santo y construyen identidad. Segundo, el santo es quien determina la tradición cultural que se va a vivir durante todo el año. Y tercero, van a tener gastronómicamente una identidad de los que produzcan. No sé

si producen yuca, pues van a ser derivados de la yuca y van a hacer que sea el festival de la yuca para mantener una identidad. Yo digo que no hay que mantener una identidad, sino que simplemente construir otros caminos culturales para que haya estas nuevas afloraciones de representaciones culturales dentro de ellas. Lo que yo he visto que han hecho un montón de antropólogos y sociólogos para generar identidad es festival. Hacer una festividad y decir, ok, vamos a hacer el festival de la ciruela. Si me entiendes, porque aquí se da mucha ciruela. Entonces vamos a hacer todos los derivados de ciruelas. Desde una mermelada hasta una carne con ciruelas, qué sé yo. Entonces las parroquias hacen eso y eso está bien, porque se alimentan de lo que se produce en las grandes ciudades. La forma de vestir, si son ganaderos. Es una locura, por ejemplo, en una parroquia que conocí, de cómo ellos se identifican como ganaderos, pero la gran mayoría se viste como los del medio oeste, los lejanos oeste en Estados Unidos. Y la gran mayoría trae ropa de allá, de Texas. Y era como un desfile de la mujer que tenía las botas más altas, del jean más pegado, del señor que tenía el dije colgado aquí. O sea, increíble, ¿no? Entonces los otros se vestían como un tipo de participación en la guerra de secesión norteamericana de ellos, de los texanos, que eran los rangers de Texas. Y los rangers de Texas tenían unas caracterizaciones que era que tenían un tipo de ropa de cuero, de unos guiritos que colgaban. Entonces también había eso y decían, wow. O sea, es un ranger de Texas o un vaquero totalmente diferente. No, no, era una explosión y se daba aquí en el Ecuador. En la feria ganadera se da eso. Wow. Y el tipo de música que escuchan particularmente es diferente a la música que escuchan los pueblos tradicionales, ¿no? Que es una música tradicional también. Entonces, no sé, música era la banda con, la que me acuerdo que era con los diamantes, algo así. O sí, tenían unas músicas que ellos mismos también van como, como apoyando. Porque tuve la oportunidad de seguir a estas chicas, Las Amantes se llamaba el grupo, que presentaban dentro de la feria. Entonces, claro, generan un tipo de nueva identidad, pero es una identidad adaptada a la necesidad del festival o de la festividad que están haciendo, ¿sí? Por eso disfrazan al niño en San Antonio, o sea, devoto al San Antonio y qué sé yo. Pero sí, son adaptadas, son apropiadas. Por eso digo, no, ya no hay necesidad, ya no hay un afán de conservar una tradición o una identidad, sino una memoria. Hoy día se habla de la memoria, o sea, la identidad, ya la liberamos. O sea, el afán de los antropólogos y de los sociólogos en más identidad cultural, no. Ya la liberamos porque nos dimos cuenta que ya todo es globalización. Tú te puedes vestir, aquí yo veo mucha gente

dentro de la universidad que viene de provincia y que viene de parroquia y asume la identidad de la gente en Japón. O sea, se ponen unos lacitos aquí en los ojos y se los pintan. Eso es japonés totalmente. ¿Qué tiene que ver eso con lojas? Nada. Pues sí, los ojos son rasgados, pero la asumen. ¿Por qué? Porque la ven en las mangas, ¿sí? Y la asumen y está bien. O sea, eso no está mal, está bien. Lo que hoy día buscamos nosotros es memoria. ¿Y cuál es la memoria? La memoria es esa que nos ha permitido construirnos como una sociedad y hacer de reverencia a esa población con los que fundó. La memoria es decir, aquí la primera familia que llegó y fundó fue Terencejito de Tal y desde esa familia, gracias a esa familia que dio la fundó fue Terencejito de Tal y desde esa familia, gracias a esa familia que dio la oportunidad de vivir los hijos al lado de ellos y refundar otro tipo de cosas, entonces, somos lo que somos. Pero ya la identidad, ¿no? Porque la identidad, internet y la globalización y la localización, que es otro concepto, la armoniza. Eso sería suficiente.

Experto 3: Vagner Salvador Calva Castillo, Licenciado en Lengua y Literatura en Unidad Educativa Lautaro Vicente Loayza de Alamor, cantón Puyango de la provincia de Loja

1. ¿Qué tipo de influencia considera usted, tiene el vocabulario extranjero en los habitantes de nuestro país?

El vocabulario extranjero tiene una influencia significativa en los habitantes de nuestro país, esto debido a que facilita tanto la adopción de nuevas ideas, tecnologías, modas, al incorporar términos extranjeros, especialmente del inglés. Podríamos decir que la población puede acceder a un lenguaje globalizado que a menudo solemos asociar con la modernidad y el progreso. Sin embargo, también esto puede generar una pérdida de valor en nuestra lengua y cultura local, llevando un sentimiento de inferioridad respecto al extranjero y a la posible erosión de nuestro propio idioma.

2. ¿De qué manera el vocabulario utilizado en un programa de radio puede influir en la percepción de la realidad y la construcción de la identidad de los oyentes?

En cuanto al vocabulario, en un programa de radio podríamos decir que se puede moldear la percepción de la realidad, ya que seleccionamos y enmarcamos ciertos temas de manera específica. Por ejemplo, el uso de términos positivos o negativos para describir eventos, esto puede influir en los oyentes que interpretan estas situaciones. Además, la repetición de ciertas palabras y expresiones puede normalizar ideas y comportamientos, contribuyendo a la construcción de una identidad colectiva.

Si un programa de radio incorpora muchas palabras extranjeras, puede promover una identidad más globalizada, pero también puede desvalorizar eventos culturales locales.

3. ¿Cuáles creen que son las ventajas y desventajas de la adaptación de palabras y frases extranjeras como propias en una población?

En cuanto a las ventajas, podría englobar el acceso a nuevas ideas y tecnologías ya que facilita la comprensión y la adopción de innovaciones globales, también podríamos decir la conexión global, permite una mejor comunicación y conexión con personas de otros países y no podemos dejar de lado también a la modernización, puede dar una sensación de modernidad y progreso a la población.

En cuanto a las desventajas, me atrevería a decir que la pérdida cultural es innegable, hay un riesgo de erosión de la lengua y la cultura local, el sentimiento de inferioridad puede generar la percepción de que lo extranjero es superior y que lo local no tiene mucha validez, de hecho sucede mucho en Ecuador con el quichua, es muy desprestigiado a lo mejor porque no es tan global como lo sería la lengua inglesa y también la desintegración de la identidad, la adopción excesiva puede llevar a una identidad menos definida y menos cohesionada localmente.

4. ¿Cuál cree usted que podría ser la repercusión de un programa de radio extranjero en una parroquia rural?

Pues podría decir que un programa extranjero en una parroquia rural podría tener varias repercusiones, podría ofrecer una ventana al mundo exterior, exponiendo a los oyentes a nuevas culturas, ideas y formas de vida, lo cual podría ser enriquecedor, sin embargo también podría causar un choque cultural, ya que los valores y las prácticas presentadas podrían ser muy diferentes a los locales, esto podría llevar a la imitación de comportamientos y actitudes extranjeras, lo que podría diluir la identidad cultural local y crear una desconexión entre generaciones, es desde mi apreciación lo que podría pasar.

5. ¿Qué acciones se podrían ejecutar para mantener y fortalecer la identidad cultural ecuatoriana en una parroquia rural?

Muy bien, aquí es muy importante la promoción de la cultura local. Es un hecho fundamental el organizar eventos y festivales que celebren las tradiciones, música,

danzas y gastronomía locales. También podríamos hacer una educación bilingüe, que es fomentar la enseñanza del español y lenguas indígenas junto con el inglés, valorando tanto lo local como lo global, es decir, fomentar una integración de todas las lenguas. También podríamos decir medios de comunicación locales, crear y apoyar programas de radio y televisión que enfatizen la cultura e historias locales. También podríamos implementar un apoyo a artesanos y artistas locales, impulsar el trabajo de estos artesanos y estos artistas para mantener vivas las técnicas y estilos tradicionales. También podríamos fomentar las iniciativas comunitarias, establecer proyectos comunitarios que involucren, podría ser a todas las generaciones No solamente a una generación en específico, y todo esto con el fin de la preservación y transmisión de conocimientos y prácticas culturales. Y, lo más importante y lo más difícil de hacer también, las políticas públicas. Aquí tenemos que implementar políticas gubernamentales que protejan y que promuevan el patrimonio cultural de las parroquias rurales.

Anexo 3. Evidencia de aplicación de encuestas



Anexo 4. Validación de instrumentos



unl

Universidad
Nacional
de Loja

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Eduardo Henríquez Mendoza, titular de la Cédula/Pasaporte de Identidad N° 1754116802, de profesión Docente y con estudios de postgrado en Antropología.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento:

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

PARÁMETROS	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems				X
Amplitud de contenido				X
Redacción de los ítems			X	
Claridad y precisión			X	
Pertinencia				X

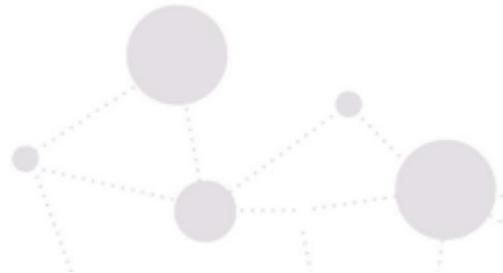
Loja, a los 29 días del mes mayo de 2024

Atentamente,



EDUARDO FABIÓ
HENRÍQUEZ MENDOZA

Eduardo Henríquez Mendoza
C.C. 1754116802



Anexo 5. Certificado de traducción de resumen

Loja, 17 de noviembre de 2024

CERTIFICACIÓN DE TRADUCCIÓN

Doctora.
Erika Lucía González Carrión, Ph.D.

CERTIFICO:

Yo, Doctora Erika Lucía González Carrión, Ph.D., con cédula de ciudadanía 1105820953, en mi calidad de traductora del idioma Inglés, con capacidades que pueden ser probadas a través de los siguientes documentos acreditativos:

- 1. TÍTULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA EDUCACION MENCION IDIOMA INGLES,** Registro SENESCYT Nro. 1008-16-1457913 (Anexo 1 documento SENESCYT):
<https://drive.google.com/file/d/1TrRikB37XkDSSXRhlsZDh4FhWbyIYkFz/view?usp=sharing>
- 2. CERTIFICADO DE PROFICIENCIA DEL IDIOMA INGLES** (Anexo 2 documento):
<https://drive.google.com/file/d/1cNGWVEFjYHIE4eoHVDHGDkmlFEIUYAT/view?usp=sharing>
- 3. CERTIFICADO INGLÉS NIVEL B2** (Anexo 3):
<https://drive.google.com/file/d/1i9QP22MCNfRMkfrKPO54003zE92tFMu/view?usp=sharing>
- 4. ACCESO A REVISTA COMUNICAR- BLOG ESCUELA DE AUTORES:**
<https://www.grupocomunicar.com/wp/school-of-authors/>
(Al acceder en el enlace al blog, se podrá evidenciar la traducción realizada por quien certifica de cada entrada. Para mayor referencia observar la captura de pantalla adjunta ANEXO 4 :
https://drive.google.com/file/d/1UjPj_R1ciRBxeW8UwNUHuNxlCOXC1r2f/view?usp=sharing

Con fundamento en la citada experiencia, numerales 1 al 4, **C E R T I F I C O** que la traducción del Resumen (Abstract) del Trabajo de Titulación denominado “Análisis de la influencia del vocabulario utilizado en el programa “El Súper Show” de la radio peruana La Karibeña 94.9 FM en la comunicación diaria de los habitantes de la parroquia Tacamoros del cantón Sozoranga, provincia de Loja” de autoría de la estudiante: **Gissela Beatriz Solano Ramos** con CI: **1150604021**, es correcta y completa, según las normas internacionales de traducción de textos.

Es cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando a la interesada, **Gissela Beatriz Solano Ramos**, hacer uso legal del presente, según estime conveniente.

Atentamente,



Dra. Erika González Carrión. PhD.
C.I. 1105820953

- Registro SENESCYT Nro. 1008-16-1457913 - LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA EDUCACION MENCION IDIOMA INGLES
- Registro SENESCYT Nro. 1031-15-1414538 - LICENCIADO EN COMUNICACION SOCIAL
- Registro SENESCYT Nro. 7242132304 - MASTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACION Y EDUCACION AUDIOVISUAL
- Registro SENESCYT Nro. 7241182671 - DOCTORA DENTRO DEL PROGRAMA DE DOCTORADO EN COMUNICACION
- Registro Investigador SENESCYT acreditado: REG-INV-22-05714- Investigador Agregado 1.