

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DE CUSCO
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



**LA RADIO Y LA PROMOCIÓN DE LA INTERCULTURALIDAD
EN IZCUCHACA - ANTA**

Tesis presentada por:

**Br. Elia Aguirre Quispe
Br. Ana María Marmanillo Leva**

**Para optar al Título Profesional de
Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

Asesor: Dr. Cosme Wilbert Medina Salas

Cusco – Perú

2019

DEDICATORIA

A mis Padres Pedro Crisológo Aguirre y Grimalda Quispe, por sus consejos y sus valores por la motivación constante que ha permitido ser una persona de bien, por su apoyo incondicional.

A mis hermanos, Emma, Elva, Maneth, Lenin, Lith, Norma, Zadith y Pedro, quienes me brindaron su apoyo y fortalecer mi anhelo de conseguir este logro con sugerencias y exigencias.

A mis amigas y amigos que de una u otra manera me brindaron su amistad y apoyo de manera incondicional.

A mi esposo Elfer Sairitupa López, mis hijas Luz Andrea y Sol Gabriela, por acompañarme en todo momento fortaleciendo mi decisión para lograr mis objetivos.

A mis tíos, tías, sobrinas, sobrinos, primos, suegros, mi cuñada Mirna Sairitupa por apoyarme de manera incondicional ejemplo a seguir como persona y profesional.

Elia Aguirre Quispe

DEDICATORIA

A Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el período de estudio.

A mi padre Francisco Marmanillo (QEPD), por fortalecer mi mente y mi corazón para seguir siempre adelante.

A mi esposo José y mis hijos, Marco, Paula y Jimena, por ser razón y motivo de mi vida, los quiero mucho.

A mi madre Isidora leva, por darme la vida, quererme mucho, creer en mí y porque siempre me apoyaste. Mamá gracias por darme una carrera para mi futuro, todo esto te lo debo a ti.

A mis hermanos, en especial a mi hermana Sonia por su perseverancia y apoyo en todo momento.

A todos aquellos familiares y amigos que no recordé al momento de escribir esto, ustedes saben quiénes son.

Ana María Marmanillo leva

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, por darnos la oportunidad de estudiar y ser profesionales, asimismo expresamos nuestro reconocimiento a nuestros docentes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, quienes contribuyeron en nuestra formación profesional.

A nuestro asesor el Dr. Cosme Wilbert Medina Salas, por su valioso tiempo y apoyo en la ejecución de nuestra tesis.

A los pobladores y dueños de las diferentes emisoras radiales de Izcuchaca - Anta, quienes contribuyeron con su participación y con la recopilación de datos e información para el desarrollo de este proyecto.

A las personas que nos apoyaron para el desarrollo de este trabajo, ya que sin el cual no tendríamos la fuerza y energía que nos anima a crecer como personas, quienes directa o indirectamente fueron partícipes en la ejecución del presente trabajo.

Finalmente, por su comprensión y solidaridad, por el tiempo que nos han concedido a nuestra familia, esposo, hijos e hijas, a nuestros padres, hermanos y amigos quienes siempre han prestado un gran apoyo moral y humano, necesarios en los momentos difíciles, sin su apoyo este trabajo nunca se habría escrito, a todos mil de gracias.

Elia Aguirre Quispe

Ana María Marmanillo Leva

ÍNDICE

| | |
|--|------|
| DEDICATORIA | ii |
| AGRADECIMIENTO | iii |
| INTRODUCCIÓN | viii |
| PARTE PRELIMINAR | x |
| 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | x |
| 2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | xi |
| 2.1 Formulación del Problema General | xi |
| 2.2 Formulación del Problema Específico | xi |
| 4. JUSTIFICACIÓN | xii |
| 5. OBJETIVOS | xiii |
| 5.1 Objetivo General | xiii |
| 5.2 Objetivos Específicos | xiii |
| 6. HIPÓTESIS | xiv |
| 7. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES | xiv |
| 6.1 Variable Independiente | xiv |
| 6.2 Variable Dependiente | xiv |
| 8. TIPO DE INVESTIGACIÓN | xiv |
| 9. DISEÑO METODOLÓGICO | xv |
| 10. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN | xvi |
| 11. POBLACIÓN-MUESTRA | xvi |

| | |
|--|----|
| CAPÍTULO I | 1 |
| 1. MARCO TEÓRICO..... | 1 |
| 1.1 Antecedentes | 1 |
| 1.1.1 Antecedentes Internacionales | 1 |
| 1.1.2. Antecedentes Nacionales..... | 2 |
| 1.1.3. Antecedentes locales | 4 |
| 1.3 INTERCULTURALIDAD..... | 16 |
| 1.3.1 Convivencia Intercultural | 18 |
| 1.3.2 Identidad cultural y cambio | 19 |
| 1.4 La diferencia entre Multiculturalidad, Pluriculturalidad e Interculturalidad | 20 |
| 1.4.1 La Multiculturalidad..... | 20 |
| 1.4.2 La Pluriculturalidad | 21 |
| 1.4.3 La Interculturalidad | 21 |
| 1.5 MEDIOS DE COMUNICACIÓN E INTERCULTURALIDAD | 22 |
| 1.6 CONSTRUCCIÓN DE LA INTERCULTURALIDAD | 23 |
| 1.6.1 Tolerancia..... | 23 |
| 1.6.2 Pluralismo..... | 23 |
| 1.6.3 El Multiculturalismo..... | 24 |
| CAPÍTULO II | 25 |
| 2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL..... | 25 |

| | |
|--|-----|
| 2.1 Diagnóstico situacional de la provincia de Anta | 25 |
| 2.2 DIAGNÓSTICO DE LAS ESTACIONES RADIALES DE IZCUCHACA | 44 |
| CAPÍTULO III | 54 |
| 3. ANÁLISIS DE DATOS | 54 |
| 3.1 Análisis individual de cada variable..... | 54 |
| 3.2 Tablas de contingencia..... | 87 |
| 3.3.1 Entrevista a Radio Impacto..... | 102 |
| 3.3.2 Entrevista Radio Santa Mónica..... | 103 |
| 3.3.3 Entrevista Radio Mega..... | 104 |
| 3.3.4 Entrevista Radio Poder Satélite | 105 |
| CAPÍTULO IV | 106 |
| 4. PROPUESTA..... | 106 |
| 4.1 Programa para la promoción de programa la Interculturalidad mediante los medios radiales en Izcuchaca- Anta. | 106 |
| CONCLUSIONES | 132 |
| RECOMENDACIONES | 134 |
| BIBLIOGRAFÍA | 135 |
| LINKOGRAFÍA | 137 |
| ANEXOS | 138 |

PRESENTACIÓN

SEÑORA:

DECANA DE FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO Y SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO.

En cumplimiento a los dispositivos legales y al Reglamento de Grados y Títulos de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Educación y Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, ponemos a vuestra consideración el trabajo de investigación de la Tesis titulada: **LA RADIO Y LA PROMOCION DE LA INTERCULTURALIDAD EN IZCUCHACA – ANTA**, con la finalidad de optar al Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

La comunicación en zonas rurales y periurbanas es de trascendencia en el desarrollo social y constituye verdadero paradigma de la interacción social, de allí la importancia de estudiar la relación de comunicación intercultural y la función de los medios de comunicación en Izcuchaca - Anta.

Desarrollamos este estudio sobre la interculturalidad debido a que es un fenómeno que se desarrolla en la actualidad que nos permite conocer las incidencias en la vida diaria de los pobladores de Izcuchaca - Anta.

Como se sabe los medios de comunicación son los gestores, quienes influyen en las personas con respecto a los compromisos de la interculturalidad e identidad cultural, mediante los diferentes programas informativos que cumplen el rol de sensibilización y concientización del público para lograr la aplicación de la interculturalidad.

En el presente trabajo se realiza la investigación necesaria para cubrir que factores comunicativos e informativos interfieren en la adecuada promoción de la interculturalidad, teniendo en cuenta que la radio como medio de comunicación e información posibilita la sensibilización y concientización en las personas para lograr su participación activa y adecuada.

Elia Aguirre Quispe

Ana María Marmanillo Leva

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación, por su gran cobertura, son una herramienta útil para motivar actitudes y comportamientos favorables al cambio y la modernización, actualmente se tiende a buscar nuevos modelos de desarrollo capaces de manejar las diferentes aspiraciones de los grupos que componen la sociedad de reconocer y aprovechar las dinámicas que estos poseen pero principalmente constituyen una fuente de referencias culturales, que vehiculizan valores y costumbres e introducen innovaciones nuevos modos y modas proveedoras de símbolos de identidad, distinción e integración social.

Dentro de este esquema, la comunicación de los medios en el Perú es un sistema que se despliega en distintos niveles sociales y geográficos, capaz de lograr el fortalecimiento regional, sin embargo se pone en debate debido a los contenidos y programaciones de los medios, el interés o capacidad de los programas de expresar la realidad local y regional, la educación, la cultura y la interculturalidad son temas que definitivamente construyen el desarrollo de la sociedad, pero en ocasiones no son rentables en términos económicos.

Por este motivo se realiza el presente trabajo teniendo en cuenta la importancia de la influencia de los medios de comunicación masiva en la sociedad.

El trabajo de investigación está distribuido en parte preliminar y cuatro capítulos que a continuación se pasará a describir cada capítulo.

En la parte preliminar se desarrolla la caracterización de la investigación constituida por el planteamiento del problema, formulación del problema general y los problemas

específicos, los objetivos planteados, la formulación de la hipótesis, justificación de la investigación y la metodología de la investigación, respectivamente.

El primer capítulo, refleja el marco teórico en el que se aborda sobre la radio e interculturalidad que nos ayudan a entender de mejor manera el tema en mención.

El segundo capítulo está dividido en dos partes, en la primera se realiza un diagnóstico general de la población urbana y rural de la provincia de Anta, mientras que en la segunda se desarrolla el diagnóstico de las estaciones radiales de Izcuchaca.

En el tercer capítulo se analizan los datos obtenidos en el trabajo de campo de acuerdo a la encuesta aplicada a las personas de Izcuchaca que se presenta mediante tablas y gráficos, también se presentan las tablas de contingencia, todos estos datos sistematizados con el Programa SPSS.

El cuarto capítulo se plantea una propuesta para la realización de un programa que promueve la interculturalidad.

Seguidamente se desarrollan las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación a las cuales se llegó mediante el análisis del entorno de las encuestas aplicadas, por último se muestra la biografía y los anexos correspondientes a la investigación.

PARTE PRELIMINAR

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En todas las sociedades los seres humanos se dedican a la producción e intercambio de información y contenido simbólico. Desde las más tempranas formas de gestualidad y uso de lenguaje hasta los desarrollos más recientes de la tecnología informática, la producción, almacenamiento y circulación de información y contenido simbólico se ha constituido una característica central de la vida social. (Thompson, 1998).

Por ello la radio como parte del sistema de medios de comunicación proporciona información relevante, ya que son canales de conocimientos útiles para el desarrollo social y económico de las personas.

En el Perú el único medio que llega a las zonas rurales más recónditas del país es la radio, aunque de manera insuficiente observamos que en estas zonas el déficit educativo y desarrollo de la identidad cultural es mayor.

La radio es la fuente de información y de entretenimiento de los habitantes de las comunidades, estas características cobran especial relevancia si se piensa en la cantidad de programas de educación, cultura e información que pueden ser transmitidos a un determinado nivel de cobertura y además tendrían un impacto en la promoción de la interculturalidad. Es decir, a este nivel se puede tener un sistema de comunicación mejorado que ayude a las comunidades a tener acceso a información relevante y oportuna sobre temas de desarrollo de la cultura creando conciencia de la identidad cultural y la interculturalidad.

Sin embargo, al sintonizar la frecuencia de una radio se puede percibir una evidente y cuestionable programación basada en la irresponsabilidad cultural y social con programas de entretenimiento que son neutros y sin ninguna preocupación por el contenido, ajenos a todo efecto de la promoción de la interculturalidad sin tener en cuenta el efecto negativo que esta programación pueda tener en la comunidad receptora.

Se identificaron cuatro emisoras radiales que se caracterizan por un buen número de programas de entretenimiento musicales y comerciales, programas políticos parcializados y difusión de eventos sociales locales mas no en la realidad de la comunidad dejando de lado los programas educativos y culturales.

Es por ello que determinar el nivel de influencia que tiene la radio en la interculturalidad de Izcuchaca es necesario, además de evaluar cuál es el enfoque de los programas radiales de la zona.

2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

2.1 Formulación del Problema General

¿Cuál es el nivel de influencia que tienen los programas radiales en la promoción de la interculturalidad en Izcuchaca-Anta?

2.2 Formulación del Problema Específico

- ¿Cuál es el enfoque de los programas radiales acerca de la promoción de la interculturalidad?
- ¿Cuáles son las características de las programaciones radiales?
- ¿Cuál es la influencia que tienen los programas radiales en el comportamiento de los habitantes de Izcuchaca?

- ¿Cuál es el nivel de tolerancia que aporta la radio a la población oyente?

3. EJE TEMPORAL

El trabajo de investigación se inscribió en el año 2012, actualizado y finalizado en el año 2018.

4. JUSTIFICACIÓN

La interculturalidad constituye un componente central, que se encuentra dentro de nuestra estructura social y su práctica sin duda contribuirá a potenciar el valor social de los habitantes de Izcuchaca – Anta, para guiarlos hacia una convivencia de respeto mutuo de reconocimiento y así generar la creación de nuevos espacios en lo político, económico y social que faciliten el desarrollo sostenido, por lo tanto que la radio sea el medio de difusión por excelencia promocionando cambios en el pensamiento, el sentimiento y la acción de las personas, emitiendo mensajes positivos en favor de la población para lograr el fortalecimiento y la identidad cultural de las personas

Del mismo modo el presente trabajo se enfoca en la relación que presenta el proceso de la radiodifusión y la promoción de interculturalidad, que es igual de importante ya que contribuye a demostrar el nivel de influencia que puede tener este medio de comunicación en la población oyente.

La radio es uno de los medios con mayor cobertura de acceso fácil y económico que llega a los lugares más recónditos del país por tanto es el medio por excelencia para tratar temas de cultura e interculturalidad que contribuya al desarrollo de una sociedad con la toma de conciencia de su realidad, por este motivo la promoción de la interculturalidad es muy importante a través de la radiodifusión.

El trabajo de investigación adicionalmente sirve como medio de información referencial para profundizar la investigación sobre la influencia de los medios de comunicación en la población y de cómo esto ayuda a conocer la cultura de una sociedad en general. En este sentido es sumamente necesario conocer objetivamente el manejo de los programas radiales en la provincia de Anta.

De esta forma promover la interculturalidad y el comportamiento adecuado de las comunidades para una convivencia de respeto mutuo y reconocimiento genera la creación de nuevos espacios y conceptos dirigidos hacia el desarrollo, por ello es importante conocer la forma en la que es captada la información transmitida por los medios radiales por el público oyente.

5. OBJETIVOS

5.1 Objetivo General

Determinar el nivel de influencia que tienen los programas radiales en la promoción de la interculturalidad en Izcuchaca-Anta.

5.2 Objetivos Específicos

- Evaluar el enfoque de los programas radiales acerca de la promoción de la interculturalidad.
- Describir las características de las programaciones radiales.
- Determinar la influencia que tienen los programas radiales en el comportamiento de los habitantes de Izcuchaca.

- Determinar el nivel de tolerancia que aporta la radio a la población oyente.

6. HIPÓTESIS

Los programas radiales de Izcuchaca – Anta, tienen un alto nivel de influencia en la promoción de la interculturalidad además de generar una mejora en el comportamiento de los habitantes, concibiendo un mayor nivel de tolerancia hacia la interculturalidad.

7. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

6.1 Variable Independiente

Programas radiales

a. Dimensiones

Tipo de programa radial

6.2 Variable Dependiente

Promoción de la interculturalidad

a. Dimensiones

Conciencia de la realidad

Tolerancia intercultural

Interculturalidad

Identidad cultural

8. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación que se llevará a cabo es de carácter descriptivo y exploratorio.

- Estudio Descriptivo

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, características, y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2006)

- Estudio Exploratorio

Según Hernández, Fernández, & Baptista (2006) el estudio es exploratorio porque su objetivo consiste en darnos una tendencia o visión aproximada de una realidad que ha sido poco estudiada o que pretende dar una nueva perspectiva sobre un tema de investigación de tal forma es necesario obtener información posible para llevar a cabo el estudio en el que es difícil formular hipótesis precisa.

Por tanto, es necesario el levantamiento de información mediante la observación directa con la finalidad de obtener el valor de los indicadores de las variables en estudio.

9. DISEÑO METODOLÓGICO

El tipo de investigación es no experimental, debido a que se presenta el comportamiento de las variables, tal cual se da en la realidad, sin manipularlas ni condicionarlas.

10. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

- Encuestas a los pobladores de Izcuchaca - Anta
- Entrevista a los representantes de las emisoras radiales.

11. POBLACIÓN-MUESTRA

La metodología para determinar la muestra mediante el cual se podrá medir los indicadores pertinentes para el estudio está compuesta de la siguiente forma:

- Universo del estudio:

Conformado por el número total de habitantes que residen dentro de la zona urbana del distrito de Anta, constituida por 11324 habitantes. (INEI, 2017)

- Cobertura:

El territorio de Izcuchaca, distrito y provincia del Anta.

- Nivel de confianza en la muestra:

Será del 95% para los indicadores que se utilizarán dentro de la investigación, con la finalidad de garantizar una adecuada estimación del tamaño de muestra

- Tamaño y selección de la muestra:

La muestra se determina en base a la siguiente fórmula:

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

Donde:

- N: Población total

- Z: Unidad de desviación estándar a un nivel de confianza del 95%
- p: Proporción esperada ($Z_1 = \frac{\alpha}{2} = 1.96$)
- $q=1-p$
- e: Error máximo permitido 9.8%
- n: Tamaño de la muestra

Aplicando la fórmula al número de familias tendríamos:

$$n = \frac{11324 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.098^2(11324 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 100$$

Según el procedimiento de la elaboración de la muestra, se ha obtenido un espacio muestral de 100 personas, las cuales serán elegidas de manera aleatoria para fines del estudio de investigación.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes

1.1.1 Antecedentes Internacionales

La programación radiofónica y su influencia en las emisiones noticiosas de Radio Antena 3 de la Ciudad , La Libertad - Universidad Estatal Península de Santa Elena, Facultad de Ciencias Sociales y la Salud, Escuela de Ciencias Sociales Carrera De Comunicación Social - Cinthia Isabel Pincay Castillo - La Libertad – Ecuador – 2015 (Pincay, 2015)

Objetivo: Determinar cómo influyen las emisiones noticiosas de radio antena del cantón la libertad, en la programación radiofónica y diseñar un manual de estrategias radiofónicas para mejorar las emisiones noticiosas de Radio Antena 3 de la ciudad de La Libertad.

Metodología: Esta investigación responde a la utilización de dos métodos, el método inductivo que me permitió observar el efecto o los resultados del problema y exploratorio tomando como referencia el número de habitantes el mismo que se realizó a través de un muestreo no probabilístico, y una muestra de 398 habitantes de la ciudad de La Libertad.

Conclusiones: El 68% de los encuestados, considera que el informativo de este medio radial, debe mejorar este espacio, innovar o incorporar nuevos segmentos para que sea más completa y sus contenidos más contundentes in embargo el 78% de la población considera que en el informativo de Radio Antena 3, se debería contratar periodistas profesionales como conductores

La evolución de la Radio y la influencia de las nuevas tecnologías en la Comunicación entre locutor y oyente - Ana Sofía Rodríguez Zepeda - Universidad Rafael Landívar - Guatemala – 2016 (Rodríguez, 2016)

Objetivo: Conocer como influyeron dichas tecnologías en el medio y describir el uso de las nuevas herramientas digitales para la interacción entre el emisor y el receptor durante la primera década del siglo XXI.

Metodología: Los sujetos de investigación para la realización del proyecto fueron locutores que han trabajado en distintas emisoras del país. Además, se analizaron las redes sociales (Twitter, Facebook e Instagram) porque era de interés conocer cuáles eran más utilizadas por los oyentes para la interacción. Por último, se completó el estudio con un grupo focal de adultos entre los 30 y 50 años de edad. La muestra se consideró dentro ese rango de edad ya que eran personas que vivieron la evolución del medio radiofónico

Conclusiones: La evolución de la radio en la primera década del siglo XXI, sobrelleva un papel transformador con el Internet, al crear nuevas formas de comunicación y diversidad de información. Es por ello, que el medio radiofónico se adapta a nuevas formas de producción, distribución y envío de mensajes a distintos ordenadores, y con la creación de un usuario más activo a la espera de nuevos contenidos.

1.1.2. Antecedentes Nacionales

La influencia de las Radios Comunitarias: Caso Radio Ayabaca -Universidad De Piura - Milton César Flores Córdova - Piura – Perú – 2016 (Flores, 2016)

Objetivo Determinar y resaltar la importancia de la actividad de una radio comunitaria, sobre todo en zonas alejadas de las capitales de departamento como las provincias andinas

Metodología: Esta investigación responde a la utilización de dos métodos, el método inductivo por medio de la entrevista a profundidad de los directivos y encuesta o consulta popular a las comunidades de Ayabaca.

Conclusiones: El trabajo informativo de las emisoras comunitarias va ligado a su aporte en la construcción de la democracia. Aunque existen algunas radios comunitarias ilegales o en proceso de formalización, esto no constituye un problema para su funcionamiento e identificación con sus comunidades. A las radios comunitarias les está haciendo falta un modelo de auto sostenibilidad administrativa y financiera. Mejorar el servicio tiene que ver con la profesionalización de la radio, la actualización y mantenimiento del equipo técnico y profesional, realización de producciones propias y de capacitación.

Una experiencia de Comunicación entre la Radio de Comas y las Radios del Cono Norte - Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Sheila Erika Salazar Fernández - Lima - Perú - 2013 (Salazar, 2013)

Objetivo: Conocer el alcance de los programas radiales la voz y punto de encuentro emitidos por radio Comas ya que sirven de medio comunicación y desarrollo dentro de la comunidad a la que pertenecen

Metodología: Esta investigación responde a la utilización de dos métodos, el método inductivo por medio de la entrevista a profundidad de los directivos y encuesta o consulta popular a las comunidades de Ayabaca.

Conclusiones: Las programaciones radiales deben destinar la mayor parte del tiempo a las programaciones informativas y de participación vecinal, ya que es claro que los oyentes deseen más una agenda local. Se debe facilitar programas de

participación vecinal con espacios de acuerdo entre los diferentes sectores y representantes de las organizaciones como conversatorios foros.

1.1.3. Antecedentes locales

Contenidos Radiofónicos en Radio Santa Mónica y Radio Inti Raymi en Perspectivas de contribuir a la vigencia del Idioma Quechua y al Fortalecimiento de la Identidad Cultural. - Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco - Jaime Alberto Cutire Arce & Javier Quispe Yupayccana – Cusco – Perú – 2015 (Cutiri & Quispe, 2015)

Objetivo: Determinar y Promover la vigencia del idioma Quechua y el fortalecimiento de la identidad cultural, a través de la incorporación de contenidos radiofónicos en lengua materna en la programación de radio Santa Mónica y radio Inti Raymi.

Metodología: Se utilizó el método deductivo, también conocido como el método hipotético deductivo. Los enfoques de estudio utilizados para esta investigación fueron el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo. El universo o población de estudio es 35 9 personas que se encuentran en un rango de edad de 15 a 44 años y la muestra es de 112

Conclusiones: La población Quechuahablante de la provincia del Cusco, - demanda que en las radioemisoras que emiten su señal en Quechua, deben incluirse más programas en su lengua materna, en el cual, puedan ser partícipes a través de la comunicación bidireccional; asimismo, solicitan la presencia de especialistas que dominen diversos temas y lo puedan explicar en la lengua nativa a la población. Para los ejecutivos de Radio Santa Mónica y Radio Inti Raymi, el rescate de la identidad cultural, se da a través de la difusión de la música folklórica, básicamente y muy poco

mediante programas que brinden orientación para la construcción de una ciudadanía con identidad.

Apertura hacia nuevas audiencias. En la empresa Radio Metropolitana E.I.R.L. de la Ciudad del Cusco – Universidad Andina del Cusco - Mily Paola Cáceres Medina & Brian Elorrieta Cano - Cusco-Perú - 2017 (Medina & Cano, 2017)

Objetivo: Determinar el grado de relación de la nueva audiencia y la programación en la empresa radio Metropolitana E.I.R.L de la ciudad del Cusco 2017.

Metodología: Corresponde al diseño no experimental, podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables la población del presente trabajo de investigación está constituida por aproximadamente 3,3101 habitantes del distrito Wanchaq. En edades entre 30 a más años y la muestra es de 380 persona que residen en el distrito de Wanchaq,

Conclusiones: La audiencia son los trabajadores dependientes con un 31.8% del total ubicándolo en un nivel regular. Así mismo, en la tabla 20 del total de usuarios del servicio se observa que la mayoría tienen edades comprendidas entre 30 y 45 años que representan el 46.3%, esto se debe a que los usuarios tienen mayor acceso a internet en sus centros laborales, y de acuerdo al rango de edad, las actividades desarrolladas por los usuarios comprenden un hábito de usar medios sociales, correo electrónico y navegación en páginas web, para la obtención de información y también para momentos de ocio.

1.2 RADIO

La radio nació por la enorme necesidad que tiene el ser humano por comunicarse en todas las formas posibles. A diferencia de los otros medios de comunicación la radio nació por una imperiosa necesidad de comunicarse con los barcos en altamar. No nació como la radiodifusión propiamente, medio de comunicación social capaz de enviar un mensaje a las masas, sino como un medio que podía poner en comunicación a dos sujetos en circunstancias muy particulares, en las que la retroalimentación era indispensable. La invención de la radio no fue un hecho fortuito, fue un hecho buscado. (Romo Gil, 1982).

Con el tiempo las posibilidades de la radio fueron diversas y las necesidades de su uso aún más, bajo ese contexto al carácter informativo y su alto alcance a las masas permitió durante mucho tiempo la difusión de información públicamente, además de adquirir con el tiempo una característica de individualidad llegando interiorizar más con el público oyente siempre con una referencia cultural o informativa.

La radio es un medio de comunicación que necesita de una infraestructura tecnológica para poder ser; es un medio inalámbrico que envía señales sonoras a distancia en forma dispersa y unidireccional en estricto sentido técnico. (Romo Gil, 1982)

1.2.1. Características de la radio como medio de comunicación

Según Romo Gil, las características de la radio se exponen aquí desde cuatro puntos de vista: auditivo, social, psicológico y de producción.

- Desde el punto de vista auditivo, la radio es un medio que solo emite sonidos, por lo que obviamente tiene vedado el acceso a los demás sentidos. Todas las implicaciones sonoras pueden aplicarse a la radio. El sonido no tiene límites ni en cuanto a su origen ni en cuanto a su difusión; se esparce naturalmente y puede ser percibido involuntariamente, en contraposición con lo que ocurre con la visión, que está completamente sujeta a la voluntad. Un estímulo auditivo se escucha necesariamente.

Por sus características puramente auditivas, la radio puede ser vínculo de comunicación con todo tipo de personas, de cualquier condición social y educativa sobre todo sin exigir demasiado esfuerzo. Por esta razón puede ser el medio de comunicación idóneo para ciertos estratos de la sociedad. (Romo Gil, 1982)

- Desde el punto de vista sociológico, De ser un medio de recepción estática y familiar se modificó a una recepción móvil y personal. Sin embargo, se conserva la posibilidad de llegar a todos los miembros de la familia, aunque no reunidos. La radio es un medio que llega a un público extenso, inconmensurable, incontrolable y hasta cierto punto desconocido. Puede llegar a cualquier tipo de persona, de cualquier condición y no exigiendo demasiado esfuerzo para el que escucha, aunque esto determina la forma de utilización, que el comunicador debe elegir al pretender comunicarse a través de la radio. Por su forma de transmisión puede llegar a cualquier localidad salvando todo tipo de obstáculos geográficos. Es un medio de información instantáneo, en el momento mismo que los hechos ocurren, la radio los puede dar a conocer. Además, siempre hay una estación radiodifusora transmitiendo en cualquier parte del mundo. (Romo Gil, 1982)

- Desde el punto de vista psicológico, ofrece las siguientes características; la radio solo emite sonidos (voces, música, efectos sonoros) por lo tanto solo tiene acceso a un sentido, el oído. Sus restricciones se refieren especialmente a la imagen visual y con respecto a la palabra escrita carece de la fuerza de lo permanente. En el flujo sonoro no hay evidencia de la reacción. (Romo Gil, 1982)

* La fluidez del mensaje de la radio (rapidez) y la ceguera involuntaria a la que somete al auditorio produce en él mismo distracción sensorial, sobre todo visual.

* La radio es sugestión. Lanza su mensaje y el radioescucha echa a volar su imaginación (de acuerdo a sus circunstancias, su formación, medio ambiente, etc.) Por lo tanto, va a interpretar personalmente ese mensaje y de acuerdo a su fantasía le va a dar forma al mismo.

* El mensaje de la radio está en el terreno de lo abstracto; desde el punto de vista intelectual, propicio la captación de conceptos.

* La radio produce introversión. Se dirige al individuo, personalmente. El radioescucha así lo siente, medita y piensa. Mientras que la imagen visual produce extroversión, disipa la atención. La radio provoca el aislamiento e individualidad. Es una invitación a la soledad. La radio afecta íntimamente a la mayoría de la gente, de persona a persona, puede ofrecer un mundo de comunicación inesperada entre escritor, locutor y oyente.

* El público de la radio no necesita de un entrenamiento especial para recibir el mensaje. No se necesita saber leer y escribir. Esto le ha permitido que sea un medio ideal para analfabetos.

* Delante del aparato receptor no hay reacción colectiva, aunque sean millones los oyentes simultáneos de la misma transmisión. Estas características psicológicas

pueden verse modificadas según la actitud del radioescucha frente a la radio. Al respecto podemos decir que oír es un acto pasivo, automático, mientras que escuchar implica una atención despierta activa que formula preguntas y sugiere respuestas, que se anticipa a la acción futura que tal vez va desplegar la audición. Oír no pone en juego más que a los conductos del oído. Escuchar engloba todo el circuito del pensamiento.

- En cuanto a la forma de producción, la radio es un medio relativamente barato, lo mismo que en su recepción. Es además rápido y poco elaborado. Es muy amplio en cuanto al tratamiento de temas. Para la radio el tiempo y el espacio no son un problema, el auditorio, con la historia se puede transportar de un lugar a otro, de una época a otra con la rapidez de una palabra. Todo lo que puede ser traducido a sonido es susceptible de transmitirse por radio. Respecto a esto, el mensaje radiofónico tiene la imperiosa necesidad de sustituir a los demás sentidos, especialmente a la vista. Por el hecho de ser solamente auditivo, debe captar la atención desde el principio y mantenerla, de lo contrario se distrae. Para la producción radiofónica, el principal elemento, desde el punto de vista del comunicador, no de la ingeniería, es la utilización del lenguaje y de la traducción al código radiofónico.

1.2.2. El Código Radiofónico

Asimismo, Romo (1982) narra los elementos que forman el lenguaje radiofónico, siendo estos de dos niveles, el físico (la voz, música, efectos sonoros) y el intelectual y se refiere propiamente al guion.

1.2.3.1 La Voz

Es el elemento radiofónico por excelencia. La emisión de la voz representa lo más significativo del ser humano porque es la palabra, la codificación de la idea lo que se transmite a los otros. La voz es el sonido que produce el aire expelido por los pulmones al hacer vibrar las cuerdas vocales. Las ondas sonoras impresionan de tal manera al micrófono y a todos los elementos técnicos de la radio que a su vez reproducen al sonido y lo amplían. La voz tiene ciertas cualidades: tono, timbre, intensidad y cantidad. El tono es la mayor o menor elevación del sonido producido por la rapidez de la vibración de las cuerdas vocales. De la mayor rapidez de vibración resulta un sonido más agudo. Según el tono las voces pueden ser clasificadas en agudas, centrales o graves. En las voces femeninas, la voz aguda corresponde a la soprano y en los hombres al tenor. Las voces centrales son la mezzosoprano y el barítono. Las voces graves en las mujeres son las contraltos y en los hombres los bajos.

El timbre, aun cuando las personas tengan un tono de voz igual a muchas más (sólo hay 6), las voces se diferencian por el timbre que es la personalidad del que la usa o la calidad diferenciadora del mismo. Para entender más claramente, no es lo mismo un do producido por un violín que por un piano. El timbre es producido por lo que se llama los armónicos accesorios que posee cada ser humano y que le permiten tener una voz propia. La intensidad depende del volumen y de la cantidad de aire que se utiliza para difundir la voz. La cantidad es la duración de un sonido emitido que propicia la calidad del mismo

El manejo de la voz tiene varios aspectos:

Respiración, para hablar frente a un micrófono, lo más importante es saber respirar. Es necesario aspirar mucho aire por la nariz antes de comenzar a hablar. Respirar bien es la clave para dominar el flujo del aire, de tal manera que podamos hacer más o menos intensa la expulsión del mismo. La respiración debe pasar desapercibida, aprovechando las pausas para hacerla. Siempre con la nariz y guardando reserva. Si no hay reserva de aire, las últimas sílabas se apagan. La voz debe dar la impresión de que sale del diafragma y es una resonancia torácica.

Vocalización, consiste en articulación y dicción. Es pronunciar claramente todas las sílabas y todas las letras de tal manera que se puedan leer los labios, pero que resulte natural al oído.

Énfasis al vocalizar correctamente es mucho más fácil dar el énfasis adecuado a lo que se está diciendo. El énfasis puede ser marcado en las palabras y en las frases. Hacer énfasis en las palabras significa hacer las inflexiones ascendentes y descendentes en las sílabas para contrarrestar la monotonía, marcando las sílabas acentuadas. En cuanto a la frase, no debe ser leída en forma ascendente, sino armoniosamente debe terminar en forma descendente, pero no demasiado, que ya no alcance a escucharse. El énfasis está marcado también por las pausas y la importancia que se va dando a las palabras y los matices emocionales naturales que se expresan. Las pausas no deben ser monorrítmicas (cada determinado tiempo) ni a velocidad constante, el ritmo de la locución no se expresa así. De la velocidad adecuada y el ritmo emocional depende el énfasis. Todo esto le da vida a la lectura haciéndola agradable y comunicativa para el que escucha.

Naturalidad, al hablar por radio se tiene que hacer de una manera natural, amigable, como platicando con un amigo. De tal manera que si cometemos un error de dicción lo podamos corregir con tranquilidad, sin aspavientos y si no cambia el sentido de lo que estamos diciendo, lo pasamos por alto.

Volumen o intensidad de la voz debe ser ondulada de tal manera que no resulte estridente. De lo contrario ni bajando el volumen de los aparatos radiofónicos mejora la audición.

Velocidad, en cuanto a la velocidad rítmica, tenemos que hablar un poco más despacio que lo normal, dando la cantidad adecuada a las palabras, de tal manera que se asimile fácilmente al escuchar. Posición ante el micrófono. Es preferible hablar ante el micrófono de pie. Se recomienda colocarse más o menos a 25 centímetros del micrófono y tratar de mantener la misma distancia. Cuando la voz es grave debe acercarse más. La voz sibilante o estridente debe colocarse ligeramente de lado. Cuando se quiere dar la impresión de cordialidad o intimidad hay que colocarse más cerca. Cuando la voz es de mando o violenta, más lejos. Cuando hay ruido externo, no debe abrirse demasiado el micrófono y se habla más cerca. Improvisación. Aunque lo más conveniente siempre es que lo que se va a decir por radio esté escrito, al buen locutor no le basta con tener una hermosa voz, debe improvisar, esto es que sea capaz de estructurar frases correctas. Para no cometer errores, la improvisación debe ser simple y llana, breve, evitando los lugares comunes y las frases hechas.

Lectura, la clave para la locución radiofónica es el leer bien, y esto quiere decir que no se note que se está leyendo. Pocas cosas son tan desagradables en radio

como descubrir que se está leyendo. Una buena técnica es marcar el texto con señas hechas por el mismo locutor por ejemplo, separar en sílabas las palabras de difícil pronunciación, subrayar las palabras que se deben enfatizar, acentuar las sílabas que llevan acento prosódico, etc. El que va a hablar a través del micrófono debe indicar al guionista o redactor cómo se le facilita la lectura.

1.2.3.2 La Música

El segundo elemento del código radiofónico y un excelente auxiliar del guion es la música. La música puede servir en la radio para decir sin palabras el lugar, el tiempo, el estado de ánimo es una ayuda para intensificar la acción, para establecer la ambientación en general y principalmente para hacer cambios de escena. Se entiende, por supuesto, que en este momento no nos estamos refiriendo a la música cuando es el mensaje principal de la radio, sino cuando se le utiliza como recurso auxiliar. Para los cambios de escena los usos más frecuentes son los siguientes:

La cortina, que es un fragmento musical, previamente escogido, que sirve para separar dos escenas. De ordinario no debe pasar de diez segundos de duración y se escoge de acuerdo al tipo de programa.

El puente que es una especie de intermedio musical al que se da más importancia que a la cortina. Se emplea generalmente para sugerir un transcurso largo de tiempo entre una escena y otra, o para insinuar que la acción se transporta a un sitio diferente de la anterior. El puente se puede aprovechar, disminuyendo su volumen, para enmarcar los párrafos de narración y puede también anticipar la

escena siguiente cuando se le mezcla la música de esa escena. El puente musical dura generalmente veinte segundos.

La ráfaga es un fragmento corto de música fuerte y dramática cuya duración es de unos cuantos segundos y se utiliza para reforzar un diálogo que define una situación o para llamar dinámicamente la atención del auditorio.

La fanfarria, se trata de un trozo de música de instrumentos de percusión y metales para anticipar escenas heroicas o situaciones festivas. Identificación entrada y salida, son tres funciones importantes que tiene la música en cualquier programa de radio. Al planear la utilización de la música e incorporarla al guion, debe tomarse en cuenta que resulta contraproducente abusar de ella. No todas las escenas resisten efectos musicales. Algunas veces, la mejor música es el silencio. Su demasiada continuidad hace pesado el ambiente. Es necesario un justo medio. No se debe restringir demasiado el uso de la música y los efectos porque se necesita de esos elementos para hacer más claro el movimiento, la ambientación y la acción. Ni se puede exagerar en su utilización. La música puede arruinar un programa si no está acoplada a la idea del programa.

1.2.3.3 Los Efectos de Sonido

Son el tercer elemento del código radiofónico. En los programas dramáticos, principalmente, son elementos indispensables. Tienen como finalidad ambientar situaciones, completarlas e ilustrarlas. Si no existieran, el público no podría desarrollar bien su imaginación y no podría visualizar las imágenes sonoras. Su fuerza surge de la asociación visual que el ser humano hace cuando escucha un sonido. Los efectos de sonido pueden establecer el lugar, el escenario, el tiempo

y el ambiente psicológico. Se seleccionan y se incorporan al programa de radio de acuerdo al realismo y beneficio que pueden proporcionar al mismo. No se trata de utilizar todos los sonidos que hay en una escena, sino los necesarios para ambientar y que el receptor se dé cuenta de lo que está pasando y de dónde están. No es necesario reproducir fielmente todos los ruidos de un escenario, y al volumen en que se dan, para darle realismo a la escena, basta con seleccionar algunos sonidos para lograrlo.

1.2.3.4 El Guion

El guion completo que generalmente es el adecuado para programas dramáticos. En él se incluyen todas las palabras, efectos y música que van a ser escuchados por el auditorio.

El guion semicompleto, se utiliza para aquellos programas en los que participan personas con su opinión o con textos que no dependen del guionista. El escritor redacta los textos de los locutores, entrevistados o actores y solo marca los espacios de participación de las otras personas. Este tipo de guion se usa en programas de entrevista o en revistas.

El guion listado, es frecuente cuando un programa consiste en una secuencia de partes grabadas de antemano y en el guion solo se marca esa secuencia. Los programas de variedades suelen ser presentados en forma de lista.

La hoja de continuidad, aunque no es un guion propiamente dicho, la incluimos aquí para tomarla en cuenta. Es, simplemente, la lista diaria de las

canciones, programas, anuncios, mensajes y el tiempo preciso en que se transmiten.

1.3 INTERCULTURALIDAD

La interculturalidad se refiere a la presencia e interacción equitativa de diversas culturas y la posibilidad de generar expresiones culturales compartidas, adquiridas por medio del diálogo y de una actitud de respeto mutuo. (UNESCO, 2005)

La interculturalidad es inseparable de la cuestión de la identidad. El hecho de relacionarse de manera simétrica con personas, saberes, sentidos y prácticas culturales distintas, requiere un autoconocimiento de quién es uno, de las identidades propias que se forman y destacan tanto lo propio como las diferencias. La identidad propia no es algo que podemos elegir, sino algo que se tiene que negociar socialmente con todos los otros significados e imágenes construidos como conocimientos que nuestro propio uso de la identidad activa. Es decir, identificarnos dentro del entorno familiar y cultural requiere, al mismo tiempo, diferenciarnos de otros distintos y diferentes procesos de identificación, muchas veces inconscientes. Visualizar la relación entre culturas como algo fluido, movable y dialéctico, como también ambivalente, contradictorio y conflictivo; sugiere igualmente, que no hay fronteras rígidas entre culturas o entre personas que pertenecen a distintos grupos culturales como que tampoco hay culturas puras o estáticas, sino divisiones dinámicas y flexibles en las cuales siempre hay huellas o vestigios de los otros en nosotros mismos. Con los contactos cada vez más grandes entre culturas, impulsados por la migración del campo a la ciudad y por los nuevos flujos de imágenes e información de los medios de comunicación, las identidades culturales ya son fronterizas y cambiantes; es decir, en el contacto y encuentro cultural, hay elementos que no son ni lo

uno ni lo otro, sino algo más que responde a los términos y territorios de ambos. Sin embargo, y a pesar del contacto y relación cultural y su naturaleza cambiante, los grupos culturales siguen construyendo, reinventando y manteniendo algo propio que los distinguen de otros grupos y desafían nociones de una mezcla generalizada y homogeneizante. Por eso, en el contexto peruano tiene sentido hablar sobre la identidad y la diversidad como también sobre la necesidad de promover espacios de encuentro intercultural, de construir una unidad que responda a la diversidad existente. (Ministerio de Educación-DINEBI, 2005)

Las diferencias entre culturas no son solo de conocimientos, sino que incluyen las destrezas y los valores que se fomentan en ellos, los mismos que varían en función de las necesidades y los medios de vida de la comunidad. (Burga, 2004)

A veces la interculturalidad es percibida como algo innato a la realidad latinoamericana, parte de los procesos históricos de mestizaje colonial y transculturación, de los procesos de globalización e hibridación más reciente, intercambios unidireccionales, por ejemplo, de los indígenas hacia la sociedad dominante blanco-mestiza y no viceversa. Estas percepciones no explican la confluencia de prácticas, estrategias, resistencias y sobrevivencias mucho más dinámicas y complejas, ni apuntan a procesos civilizatorios en los que el colonialismo, la homogeneización y las posturas excluyentes, prejuiciadas y racistas, siguen vigentes. (Ministerio de Educación-DINEBI, 2005)

Al hacer distinciones sobre las diversas formas en que se llevan a cabo las relaciones interculturales en la vida cotidiana, se argumenta que el principio intercultural busca establecer una manera de relacionarse de manera positiva y creativa, un enriquecimiento

entre todos sin perder por ello la identidad cultural de los interlocutores. Esta relación positiva implica un elemento personal y otro social que se complementan y se exigen mutuamente. Es decir, mientras que los procesos de la interculturalidad, a nivel personal, se enfocan en la necesidad de construir relaciones entre iguales, a nivel social se enfocan en la necesidad de transformar las estructuras de la sociedad y las instituciones que las soportan, haciéndolas sensibles a las diferencias culturales y a la diversidad de prácticas culturales (educativas, jurídicas, de medicina y salud, etc.) que están en pleno ejercicio. En ese sentido, el foco problemático de la interculturalidad no reside solamente en las poblaciones nativas, indígenas, sino en todos los sectores de la sociedad, con inclusión de los blancos-mestizos occidentalizados. (Rivera, 1999)

El fenómeno de la globalización permite a los seres humanos reconocerse cada día más como diversos. En la aldea global las diferentes culturas se aproximan y personas de distintas formas de vida forman parte de un paisaje crecientemente cercano. Pero, desde cierto punto de vista, la diversidad se presenta como un problema, bien porque la globalización es vista como amenaza a la conservación de valores culturales sostenidos por culturas ancestrales, o bien, porque la inclusión de las diferencias en la convivencia social, plantea un desafío más complejo a las naciones en materia de desarrollo (UNESCO, 2005).

1.3.1 Convivencia Intercultural

La convivencia intercultural es una apuesta por construir relaciones basadas en el diálogo, el encuentro, el respeto, el aprendizaje mutuo entre las distintas culturas presentes en una sociedad. La interculturalidad consiste en que nos acerquemos a personas de otras culturas, teniendo en cuenta sus puntos de vista. Propone el

encuentro basado en el respeto mutuo y en el reconocimiento de nuestra igualdad. Las relaciones interculturales pueden provocar conflictos, tensiones, choques, para ello es necesario que pongamos en práctica actitudes de escucha, diálogo, empatía, es decir, que seamos capaces de ponernos en el lugar de las otras personas. Sin embargo, comprender una cultura, no significa tener que aceptar todas las prácticas, costumbres, etc. El límite está en el respeto a la dignidad de la persona, los derechos humanos y las normas y valores que protegen la convivencia, la igualdad de oportunidades y el bienestar social. (Mundo en tus manos, s.f.)

Si queremos construir la interculturalidad desde la comunicación debemos denunciar todas las formas de discriminación y las diferentes maneras en que se concreta el abuso de poder que refuerza las desigualdades. Por tanto, el compromiso es grande y muy arriesgado ya que develar, mostrar que unos tienen más poder, más derechos, más oportunidades en nuestro país y en América Latina siempre ha tenido un costo muy alto. A veces los comunicadores reducimos la interculturalidad a la lengua, basta que hagan programas en quechua ya dicen que son comunicadores interculturales.

1.3.2 Identidad cultural y cambio

Según (Heise, Tubino y Ardito, 1994), la identidad tiene en verdad una conformación heterogénea. Los elementos y aspectos más íntimos de una cultura pueden tener diversos orígenes. Lo importante es que formen parte de la vida cotidiana de un pueblo sin disminuir su autoestima.

Este carácter heterogéneo de lo propio de un pueblo es fruto del proceso de cambio y reinención en que se encuentra toda realidad humana por ser una realidad viviente. Y no hay conservación de una realidad viviente sin cambio y transformación.

Las culturas se conservan cambiando, asumiendo, apropiándose de modos y formas culturales nuevas. La apropiación de lo externo puede adoptar una diversidad de estilos, llegando a ser asumida vivencialmente por el grupo étnico. Si dicha apropiación no elimina los valores fundamentales de una cultura, pasa a formar parte de lo propio de esta cultura. Es lo que por ejemplo sucede en los Andes peruanos o en Lamas, donde lo que se conoce como vestimenta tradicional en realidad proviene de los campesinos de Castilla. (Heise, Tubino, & Ardito, 1994)

1.4 La diferencia entre Multiculturalidad, Pluriculturalidad e Interculturalidad

La multiculturalidad, pluriculturalidad e interculturalidad se refieren a la diversidad cultural, sin embargo, apuntan a distintas maneras de conceptualizar esa diversidad y a desarrollar prácticas relacionadas con la diversidad en la sociedad y sus instituciones sociales, incluyendo la educación.

1.4.1 La Multiculturalidad

Es un término principalmente descriptivo. Típicamente se refiere a la multiplicidad de culturas que existen dentro de un determinado espacio, sea local, regional, nacional o internacional, sin que necesariamente tengan una relación entre ellas.

1.4.2 La Pluriculturalidad

Es el referente más utilizado en América Latina, reflejo de la necesidad de un concepto que represente la particularidad de la región donde pueblos indígenas y pueblos negros han convivido por siglos con blancos-mestizos y donde el mestizaje ha sido parte de la realidad, como también la resistencia cultural y, recientemente, la revitalización de las diferencias. A diferencia de la multiculturalidad, la pluriculturalidad sugiere una pluralidad histórica y actual, en la cual varias culturas conviven en un espacio territorial y, juntas, hacen una totalidad nacional. Aunque la distinción entre lo multi - y lo pluri - es sutil y mínima, lo importante es que el primero apunta a una colección de culturas singulares con formas de organización social muchas veces yuxtapuestas. (Walsh, 2005)

1.4.3 La Interculturalidad

Es distinta, en cuanto se refiere a complejas relaciones, negociaciones e intercambios culturales, y busca desarrollar una interacción *entre* personas, conocimientos y prácticas culturalmente diferentes; una interacción que reconoce y que parte de las asimetrías sociales, económicas, políticas y de poder y de las condiciones institucionales que limitan la posibilidad que el “otro” pueda ser considerado como sujeto con identidad, diferencia y agencia la capacidad de actuar.

No se trata simplemente de reconocer, descubrir o tolerar al otro, o la diferencia en sí, tal como algunas perspectivas basadas en el marco de liberalismo democrático y multicultural lo sugieren. Tampoco se trata de esencializar identidades o entenderlas como adscripciones étnicas inamovibles. Más bien, se trata de impulsar activamente procesos de intercambio que, por medio de mediaciones sociales, políticas y

comunicativas, permitan construir espacios de encuentro, diálogo y asociación entre seres y saberes, sentidos y prácticas distintas. (Walsh, 2005)

1.5 MEDIOS DE COMUNICACIÓN E INTERCULTURALIDAD

La programación de la radio en las comunidades está destinada principalmente a fomentar la identidad y costumbres, fortaleciendo la integración nacional y cubriendo la necesidad de comunicación, el fin de esta es la promoción del desarrollo social, económico, así como el desarrollo de los derechos, participación ciudadana, la promoción de la identidad cultural y la interculturalidad.

No obstante, debido a los tiempos asignados en determinados programas radiales ¿Cómo puede el periodista extenderse en explicaciones culturales con el espacio o tiempo limitado que tiene para dar la información? Además, ¿Qué tipo de noticias son las que el periodista sabe por su experiencia, que serán más fácilmente publicables porque cumplen las expectativas de sus superiores que no conocen de primera mano la realidad que él describe? Los periodistas, como los científicos sociales, son intérpretes del acontecer social. Sin embargo, su trabajo intelectual y productivo es bien distinto. Mientras que el científico social es un estudioso que está siempre planteándose los problemas epistemológicos y metodológicos de su propio trabajo, el periodista aparece como una persona de acción que debe producir un discurso de forma rápida e ininterrumpida. (Alsina & Medina)

Este medio de comunicación permite y promueve el acceso al diálogo, abarcando la participación de los diversos movimientos sociales, razas, etnias, géneros, orientaciones sexuales y religiosas, entre otras, en sus emisoras.

Los científicos sociales asumen que sus trabajos podrán ser leídos por especialistas de otros marcos culturales, ideológicos, teóricos, etc. mientras que el periodista se dirige a una audiencia concreta que necesita comprender, de acuerdo con sus propios marcos de referencia, lo que acontece en contextos muy distantes y distintos. Para hacer comprensibles los acontecimientos, los medios de comunicación adaptan el material informativo a los patrones culturales de su audiencia. A pesar de las distintas comunidades interpretativas de una misma cultura, los medios suelen aproximarse a la interpretación hegemónica o, como mínimo, a la más consensuada. Pese a la hegemonía globalizadora, los medios no suelen pensar demasiado en audiencias globales. (Alsina & Medina)

1.6 CONSTRUCCIÓN DE LA INTERCULTURALIDAD

Para la construcción de la interculturalidad es necesario conocer tres conceptos que surgieron antes de la interculturalidad.

1.6.1 Tolerancia

La tolerancia es uno de los conceptos creados desde distintos ángulos que está ligado al concepto de dignidad de la persona humana. La tolerancia significa la no interferencia en los comportamientos ajenos por respeto a la dignidad de los demás.

La tolerancia posmoderna de finales del siglo XX implica el respeto a la diversidad de las etnias y culturas con un enfoque intercultural y supraestatal en donde el poder dominante interfiere en las culturas imponiendo sus relaciones de dominio.

1.6.2 Pluralismo

El intento primario del pluralismo es asegurar la paz intercultural, no fomentar una hostilidad entre culturas el pluralismo trata cualquier identidad de la misma

manera y por ello en términos de respeto y de reconocimiento recíproco (Sartori, 2008)

En el ámbito político, como un principio limitado donde se respeten los derechos de las minorías, en tanto que las mayorías deben ejercer su poder con moderación en los límites planteados por el respeto del principio pluralista. Como el principio pluralista es incluyente, las esferas de la religión, la política y la economía deben estar adecuadamente separadas y ninguna debe sobreponerse a la otra, toda vez que el pluralismo anhela una política de paz. (Alavez, 2014)

1.6.3 El Multiculturalismo

Según Bokser (2010) el multiculturalismo, comprende diversas dimensiones entre teóricas y prácticas. Es descriptiva porque alude a la presencia de diversos grupos étnicos y culturales en el seno de la misma sociedad, es filosófica referente a su dinámica normativa y prescriptiva frente a la realidad y al ubicarse en las políticas públicas que se formulan frente a la existencia multicultural. (Bokser, 2010)

CAPÍTULO II

2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

2.1 Diagnóstico situacional de la provincia de Anta

2.1.1 Generalidades

2.1.1.1 Ubicación

El distrito de Anta es uno de los 09 distritos de la provincia de Anta (Anta, Ancahuasi, Cachimayo, Chinchaypujio, Huarucondo, Limatambo, Mollepata, Pucyura y Zurite), ubicada en la Región del Cusco. La capital de la provincia de Anta es el distrito de Anta, situado a 3,337 msnm, con una superficie de 202.58 km², ubicada a 25 km de la ciudad del Cusco. El distrito de Anta está conformada por las siguientes comunidades campesinas: Anansaya Urinsaya Ccollana Anta, Eqqeqo Chacan, Haparquilla, Pacca, Yungaqui, Inquilpata, Compone, Cconchacalla, Mosoqllacta, Huerta, Markju, Piñanccay, Kehuar, Pancarhuaylla, Mantoclla, Ccasacunca, Occoruro, Chacacurqui, Llusc'anay y Pichoq, el siguiente cuadro nos muestra la ubicación política y geográfica del distrito de Anta:

2.1.1.2 Límites

Los límites políticos del distrito de Anta son los siguientes:

| | | |
|-----------------|---|---------------------------|
| Por el Norte | : | Provincia de Urubamba |
| Por el Noroeste | : | Distrito de Huarucondo |
| Por el Suroeste | : | Distrito de Chinchaypujio |
| Por el Sureste | : | Ciudad del Cusco |
| Por el Oeste | : | Distrito de Zurite |

Por el Este : Distrito de Pucyura



Fuente: PDC de la provincia de Anta gestión 2015-2018

El distrito de Anta se encuentra ubicada a 40 minutos del Cusco, aproximadamente a 25 kilómetros en vía asfaltada, Cusco – Abancay – Lima, Cusco – Valle Sagrado y Páchar – Ollantaytambo – La Convención. El distrito es de fácil acceso, hay servicios públicos de combi con salidas diarias (diurnos y nocturnos). El paradero se encuentra en el distrito de Santiago en la Ciudad del Cusco, donde se puede encontrar buses que cobran el pasaje a 2.00 soles, hasta vehículos Station Wagon que cobran el pasaje a 3.00 soles.

2.1.1.3 Reseña histórica de Izcuchaca-Anta

Izcuchaca o Eskuchaka se enlaza desde tiempos inmemoriales por sus vestigios arquitectónicos que aun subsistían, como construcción del puente de cal y canto sobre el río del mismo nombre, labrando en el período colonial; aquella vez no había todavía construcciones de vivienda cerca del puente hasta

comienzos del siglo XVII; así aparece en una cartografía de 1865 donde se registra solamente como río de eskuchaca; según esta disposición se amplía a zona urbana de la población de Izcuchaca, que por entonces era anexa a la villa de Anta. (Llaccolla, 2018)

Las construcciones arquitectónicas de Izcuchaca se caracterizan por el uso del adobe, ya que este material es el más antiguo para la construcción que utilizó el hombre desde épocas prehistóricas.

En las calles de Izcuchaca se observan casas construidas con adobe, techo de teja de uno y dos patios, así como balcones adosados a las puertas y ventanas de segundo nivel. En la actualidad las propiedades se vienen modificando el adobe por los ladrillos, cemento y fierro, haciendo perder la arquitectura de antaño, son pocas las casas que conservan y mantienen sus diseños de origen colonial y republicano.

2.1.1.4 Casonas destacadas

En primera instancia tenemos en la calle Izcuchaca que muestran dos pilastras de piedra tallada, dinteles de madera, tres balcones adosados en el marco de la puerta, con barandillas que sobresalen de la fachada del edificio, techo de teja a dos aguas conservando las tejas en la parte de la cumbre y aparejo de estilo diatónico incluidos con barro y yeso, la primera portada remata con un frontón circular y una cruz de sato tomas con una inscripción donde dice capilla del corazón de Jesús., fue la primera capilla de Izcuchaca, donde se celebran misas de las fiestas religiosas, hasta el comienzo de la década del 90,dejando de

funcionar después de la construcción del templo Santísima Trinidad de Izcuchaca.

En segundo lugar, citamos las casas de la calle Agustín Gamarra construidas con adobe y en sus techos mantienen la teja colonial mesclado con calamina, con tallados de piedra y balcones con barandilla en el segundo nivel.

Son tres las propiedades diferentes que muestran cinco portadas de piedra tallada dos con ornamentación alfiz, la primera tiene el arco escarzano de dovelas y en piedra clave fue tallada en alto relieve el año 1925 perteneciente a la familia Inka Paullo esta fecha es la más antigua de todas las construcciones que se conservan en la actualidad y es la única que se preserva.

La otra portada muestra arco escarzano con dovelas, en la clave tiene inscripciones en alto relieve del monograma sobre puesto HL, que correspondería a las letras iniciales del nombre y apellido de sus propietarios, estas propiedades soportaron con normalidad el terremoto de 1950.

Las pocas casas que se conservan construidas con adobe, siempre fueron de dos niveles, en la actualidad están copadas de paneles publicitarios de toda índole de diferentes comercios, provocando contaminación visual haciéndole perder su belleza arquitectónica. Los balcones seguramente en años pretéritos han servido para lucir tejidos finos de mantas, llicllas y ponchos, durante las procesiones religiosas la mayoría cumplen la función de observatorios divertidos a la calle como miradores para apreciar el paso de las danzas de diferentes pasacalles y

comparsas o el paso de algún personaje muy importante como fue presidente Juan Velasco Alvarado 1971.

3.1.1.5 Demografía

Los criterios empleados en los Censos Nacionales de Población y Vivienda aplicados por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), para diferenciar entre lo urbano y rural son los siguientes:

A. Población urbana:

Aquella que vive en aglomeraciones cuyas viviendas en número mínimo de 100 se hallan ocupadas contiguamente. Por excepción se considera como población urbana a aquella que habita en todas las capitales de distrito, las aglomeraciones pueden contener uno o más, centros poblados con viviendas contiguas.

B. Población rural:

Aquella que habita en la parte del territorio del distrito que se extiende desde los linderos de los centros poblados en área urbana hasta los límites del mismo distrito.

La provincia de Anta es principalmente rural, debido a que el 30.08% de su población reside en zona urbana y el 69.92% reside en zona rural.

TABLA 1:

POBLACIÓN CENSADA, POR ÁREA URBANA Y RURAL, SEGÚN PROVINCIA ANTA

| PROVINCIA ANTA | | | | | | | | |
|----------------|-----------|---------|--------|---------|---------|--------|---------|---------|
| Total | Población | | Total | Urbana | | Total | Rural | |
| | Hombres | Mujeres | | Hombres | Mujeres | | Hombres | Mujeres |
| 56 206 | 27 711 | 28 495 | 16 907 | 8 187 | 8 720 | 39 299 | 19 524 | 19 775 |

Fuente: INEI resultados definitivos Censo 2017

El índice de ruralidad es un índice demográfico que expresa la razón de población rural frente a la población urbana en un determinado territorio. Por tal motivo el índice de ruralidad indica que por cada cien residentes en el área urbana existen 232 que habitan en el área rural de la provincia de Anta y en el Distrito por cada cien residentes en área urbana 91 habitan en el área rural.

TABLA 2:

POBLACIÓN CENSADA, POR ÁREA URBANA Y RURAL, SEGÚN PROVINCIA, DISTRITO ANTA

| DISTRITO ANTA | | | | | | | | |
|---------------|-----------|---------|--------|---------|---------|--------|---------|---------|
| Total | Población | | Total | Urbana | | Total | Rural | |
| | Hombres | Mujeres | | Hombres | Mujeres | | Hombres | Mujeres |
| 21 674 | 10 446 | 11 228 | 11 324 | 5 445 | 5 879 | 10 350 | 5 001 | 5 349 |

Fuente: INEI resultados definitivos Censo 2017

La población que se tomara en cuenta para el tamaño de la muestra es de 11 324 habitantes correspondientes a la población Urbana de distrito de Anta, información recabada del último censo realizado por el INEI.

2.1.1.6 Clima

El distrito de Anta tiene climas variados, desde climas templados hasta los más fríos, que determinan una diversidad de recursos naturales y potencialidades productivas que a su vez permiten a las familias campesinas la

diversificación de su producción agropecuaria. Esta variedad climática se puede agrupar en dos climas más o menos definidos:

- Clima frío o boreal (De los Valles Mesoandinos: Este tipo climático de la región sierra se extiende entre los 3 mil y 4 mil m.s.n.m. Se caracteriza por sus precipitaciones anuales promedio de 700 mm y sus temperaturas medias anuales de 12° C. Presenta veranos lluviosos e inviernos secos con fuertes heladas. Esta zona es propicia para el desarrollo de la actividad pecuaria en el distrito de Anta.
- Clima frígido (De Tundra) Conocido como clima de Puna, corresponden a los sectores altitudinales comprendidos entre los 4 mil y 5 mil m.s.n.m. Se caracteriza por presentar precipitaciones pluviales promedio de 700 mm anuales y temperaturas promedio anual de 6° C. Comprende las colinas, mesetas y cumbres andinas del distrito de Anta. Estas zonas son apropiadas para la crianza del ganado ovino y camélidos sudamericanos, la producción de papas nativas y otros tubérculos (oca, olluco, entre otros).

2.1.1.7 Hidrografía

La provincia de Anta cuenta con una red hidrográfica constituida por deshielos, lagunas, ríos y riachuelos, manantes o qochas que son alimentados anualmente por la precipitación pluvial, pero que no cubren el total de las necesidades para los diferentes usos, por lo que entre otros distritos el distrito de Anta muestra déficit permanente de agua para el consumo humano y para realizar sus actividades cotidianas.

La red hidrográfica de la provincia de Anta se articula a la cuenca del río Vilcanota, útil tanto para el consumo humano como para las actividades económicas.

Cuenca del río Vilcanota - Constituido por todos los ríos, riachuelos y manantes que se hallan ubicados en los distritos de Anta, Cachimayo, Pucyura, Ancahuasi, Zurite y Urubamba. Su área de influencia es de 659,93km², cuenta como colector principal al río que en sus inicios se denomina Cachimayo y luego Urubamba. Últimamente, se ha convenido en llamarlo río Hatunmayo. (Municipalidad Provincial de Anta, 2016)

2.1.1.8 Fauna y Flora

- La fauna silvestre: ha sufrido grandes pérdidas como consecuencia de la depredación de la vegetación, uso irracional de pesticidas, quemas e incendios, caza indiscriminada y contaminación de los ríos (por ejemplo, el río Izcuchaca). Uno de los aspectos más resaltantes que ha contribuido muy negativamente en la fauna silvestre del distrito de Anta.
- Fauna de la zona: Venado, zorro, puma, zorrino, comadreja, murciélagos y otros.
- Fauna en peligro de extinción: Patos, huallatas, tacachos, aves migratorias como las garzas, marac, gaviotas, chocca y otros.
- Zonas secas y laderas: Perdices, cuy silvestre *o poronccoe* y otros.
- Ríos y riachuelos: Peces como la huita, ch'ñi challhua, sapos, ranas y otros.

Uno de los mayores impactos de este proceso fue la drástica disminución de

la población de batracios y con ella el incremento en la población de insectos y plagas perjudiciales para la agricultura que posteriormente han significado un excesivo uso de agro tóxicos para su combate. Cuando la población de una o más especies (flora o fauna) disminuye o desaparecen se provoca un desequilibrio en el ecosistema lo que lleva a una reorganización del mismo en un nivel más bajo y a una reorientación.

- Especies forestales nativas vegetación de matorrales de tamaño mediano, chachacomo, molle, lambras, kantu, kolli, chilca.

2.1.2 Población Económicamente Activa

2.1.2.1 Actividad Agrícola

Actualmente, la base productiva de la provincia de Anta sigue siendo la actividad agropecuaria que generalmente tiene dos destinos: autoconsumo y comercialización, los principales productos comercializados son la papa, maíz amiláceo, alfalfa, alcachofa, tuna y quinua; seguido con menores niveles de producción de zanahoria y trigo. De este comportamiento se deduce la importancia que tiene la actividad pecuaria por los insumos de forrajes para la atención del ganado vacuno, sorprende la producción de la alcachofa con sus niveles de producción por encima de la producción de la cebada forrajera, avena forrajera y del mismo olluco; claro esta debido a los precios favorables que ofrece el mercado.

2.1.2.2 Actividad Pecuaria

Esta actividad es complementaria a la agrícola y la producción pecuaria para el periodo del 2017 el distrito de Anta mantuvo la predominancia en la

producción pecuaria a nivel provincial por concentrar el 25.9% de vacunos (13455 cabezas), ovino el 20.3% (14240 cabezas), 28.1% de porcinos (11500 cabezas) y en animales menores se destacó en la producción de cuyes, gallinas y patos con 25.4%, 26% y 26.4% respectivamente de la producción provincial. En la producción del ganado vacuno después de Anta, sobre salen los distritos de Zurite y Huarcocondo con el 15.3% y 12.6% respectivamente; sobre la producción de ovinos el distrito de Chinchaypucyo concentra el 28.5% (19943 cabezas), seguido de Anta y Huarcocondo (20.3% y 16.3% respectivamente).

2.1.2.3 Actividad Industrial y Comercial

La actividad industrial es una actividad económica de transformación de recursos y productos primarios. La infraestructura vial hacia Apurímac y Cusco, ha puesto a la provincia de Anta en una situación favorable para el ejercicio de la comercialización de productos; dicha comercialización se efectúa a través de mercados, ferias y tabladas. La intervención de los intermediarios perjudica a los productores, esta forma de transacción reduce sus niveles de ganancia.

Los mercados en la provincia de Anta se encuentran compuestos por lugares permanentes y eventuales, donde dichas actividades comerciales se realizan con mayor intensidad relativa en las capitales de distritos y centros urbanos, principalmente en Izcuchaca, Ancahuasi, Limatambo y Huarcocondo, que son los principales centros económicos de la provincia de Anta, donde se realizan diariamente transacciones comerciales de diversa índole. Es preciso señalar que la actividad comercial en Izcuchaca es diaria y existe la feria dominical de Chimpahuaylla, donde concurren productores agropecuarios de toda la provincia,

acopiadores de los productos agropecuarios, comerciantes de abarrotes, comidas y prendas de vestir, entre otros, se cuenta con infraestructura cercada; asimismo se desarrolla cada viernes la feria en la plaza cívica con similares características; mientras que en las capitales de Ancahuasi, Limatambo y Huarcocondo, las ferias se llevan a cabo los días domingos en las inmediaciones de la plaza de armas de estos distritos.

2.1.2.4 La Actividad Artesanal

Se desarrolla en forma marginal por una pequeña proporción de las familias de la provincia de Anta. Destacan los tejidos de punto, bordados, corte y confección (mayormente practicada por la población femenina), sastrerías, carpinterías, metal mecánico, picapedreros, fabricación de tejas, etc. Dentro de este grupo existen dos clases de artesanos: los temporales y los permanentes. Los primeros son los que trabajan eventualmente dicha actividad ya que su actividad principal es la agropecuaria. Los segundos que se dedican permanentemente a esta actividad artesanal (4% de la Población Económicamente Activa), mayormente están localizados en centros poblados relativamente grandes como Anta, Zurite y Huarcocondo.

2.1.2.5 La Actividad de Transporte

Está ligada a la prestación de servicios de transporte de pasajeros y una pequeña proporción al transporte de carga. Esta fuente de trabajo se incrementó en los últimos años ocupa a 4.9% de la PEA del ámbito provincial. Es importante señalar que en la capital provincial de Anta - Izcuchaca existen empresas de

servicio inter urbano que prestan servicio a los diferentes distritos de la provincia (Microbuses y autos colectivos), sumado el servicio a la ciudad de Cusco (con los autos colectivos y microbuses), en el área urbana de la capital de la provincia (Izcuchaca) existe el servicio de moto taxis.

2.1.2.6 Actividad Turística

La actividad turística en la provincia de Anta es incipiente y se focaliza en zonas de Mollepata, Limatambo y río Apurímac por los visitantes extranjeros básicamente, actividad que está siendo explotada por agencias de Cusco con acciones de trekking, canotaje, ciclismo y visitas a comunidades campesinas. En Huarcocondo se desarrolla el turismo interno de ocio y gastronómico (comida típica) La provincia por su cercanía a la ciudad de Cusco (25 km) y al Valle Sagrado facilitan el desarrollo de la actividad turística (recreación básicamente) sumado a la belleza paisajista y la existencia de restos arqueológicos. El clima de Limatambo, Mollepata y las festividades religiosas en homenaje a la virgen del Carmen en Huarcocondo, el Señor de Lunes Santo en Zurite, así como la exposición del arte culinario, sumado la oferta de los servicios del transporte ferroviario hacia la ciudadela de Machu Picchu y la carretera Cusco – Abancay –Nasca, muestran favorables condiciones para desarrollar esta actividad.

2.1.3 Salud

Dentro del distrito de Anta se encuentra el mayor número de establecimientos de salud a nivel de la provincia de Anta, dentro de los cuales tenemos 01 centro de salud en Izcuchaca y 03 postas de salud situadas en el área rural del distrito de Anta.

El centro de salud es considerado de categoría I - 4, porque brinda atención a emergencias, referencias, contra referencias, internamiento, intervenciones quirúrgicas, atención de laboratorio clínico y cuenta con una farmacia; a diferencia de las postas de salud que tienen una categoría de I-1; puesto que no brinda internamiento, intervenciones quirúrgicas, atención de laboratorio clínico, no cuenta con una farmacia. Pese a estas diferencias ambas categorías brindan atención integral de salud a la persona por etapa de vida en el contexto de su familia y comunidad.

En el siguiente cuadro se puede observar los establecimientos de salud y la categoría a la que pertenecen:

TABLA 3:
ESTABLECIMIENTOS DE SALUD DEL DISTRITO DE ANTA 2016

| Red Cusco Norte, Micro Red Anta | | | |
|---------------------------------|------------------|-----------|--------|
| Localidad | EE.SS. | Categoría | Código |
| Izcuchaca | C.S. Anta | I - 4 | 2326 |
| Cc. de Eqqueqo Chacán | P.S. Chacán | I - 1 | 2327 |
| Cc. De Compone | P.S. Compone | I - 1 | 2328 |
| Cc. De Cconchacalla | P.S. Conchacalla | I - 1 | 2329 |

Fuente: PDC de la provincia de Anta gestión 2015-2018

El único centro de salud del distrito de Anta cuenta con la mayor cantidad de médicos y unidades de ayuda, a diferencia de las postas de salud que carecen de personal, es por ello que la población acude desde las diversas comunidades del distrito de Anta al centro de salud que se encuentra en la capital de dicho distrito.

2.1.3.1 Tasa de natalidad y mortalidad

A nivel del distrito de Anta la población femenina está representada por 8,457 al año 2016, dentro del cual el porcentaje de gestantes es 4%, es decir de cada 100 mujeres 04 de ellas están embarazadas, así mismo la tasa de natalidad representa el

3.44% del total de la población femenina, es decir por cada 100 mujeres nacen 03 personas, por otro lado la tasa de mortalidad infantil representa 1.24% del total de la población femenina, el cual indica que por cada 100 mujeres es probable que fallezca 01 infante.

2.1.3.2 Situación nutricional

Los 04 establecimientos de salud del distrito de Anta han recibido a 694 personas menores a 05 años, dentro del cual el 65% presentan un cuadro de anemia, cuya causa primordial es la falta de hierro, esto por falta de alimentos conformados por hierro; la anemia también es uno de los factores directamente relacionados con la desnutrición crónica. El 35% del total de evaluados se encuentran en condición normal, lo cual significa que esta proporción no presenta un cuadro de anemia.

En el distrito de Anta se encuentra una población de 1,388 menores a 05 años, dentro del cual en los 04 establecimientos de salud se tiene un total de evaluados de 2,278 personas, siendo así el número de evaluados mayor a la población menor a 05 años, esto debido a que la desnutrición crónica se diagnostica en varias consultas al médico, como son los controles CRED (Crecimiento y Desarrollo) donde se observa el retraso en el crecimiento de los niños menores a 05 años de edad; por lo que la cifra de evaluados es mayor a la cifra de la población menor a 05 años. Del total de evaluados se presenta un 15.8% de personas con cuadro de desnutrición crónica y un 84.2% de personas menores a 05 años en condición normal, lo cual quiere decir que no presentan un cuadro de desnutrición crónica.

El porcentaje de desnutrición crónica en la provincia de Anta es de 19% de un total de evaluados de 6,110 personas, este porcentaje es mayor al porcentaje del distrito de Anta.

2.1.4 Educación

El distrito de Anta, cuenta con 84 centros educativos, siendo así el distrito con mayor número de centros educativos de los cuales 46 centros educativos pertenecen al área rural y 38 al área urbana. Así también Cachimayo es el distrito con menor cantidad de instituciones educativas tanto en el área rural (04 centros educativos) como en el área urbana (03 centros educativos), tal como se puede observar en el siguiente cuadro:

TABLA 4:
*NÚMERO DE CENTROS EDUCATIVOS, SEGÚN NIVEL DE DISTRITOS Y ÁREA
2016*

| Centros Educativos | | | |
|---------------------------|--------------------------|--------|-------|
| Distritos | N° de Centros Educativos | Área | |
| | | Urbana | Rural |
| Anta | 84 | 46 | 38 |
| Ancahuasi | 35 | 9 | 26 |
| Cachimayo | 7 | 3 | 4 |
| Chinchaypujio | 41 | 5 | 36 |
| Huarocondo | 25 | 6 | 19 |
| Limatambo | 51 | 10 | 41 |
| Mollepata | 14 | 3 | 11 |
| Pucyura | 19 | 9 | 10 |
| Zurite | 13 | 6 | 7 |
| Provincia de Anta | 289 | 97 | 192 |

Fuente: PDC de la provincia de Anta gestión 2015-2018

El distrito de Anta cuenta con el mayor número de centros educativos debido a que dicho distrito concentra la mayor cantidad de población a nivel de la provincia de Anta y hay un mayor número de personas en edad escolar, es por ello que se encuentra

la necesidad de implementar de un mayor número de centros educativos en dicho distrito. Así también el distrito de Cachimayo es uno de los distritos a nivel de la Provincia de Anta con menor número de centros educativos por la menor cantidad de población que tiene dicho distrito y por menor número de personas en edad escolar.

El distrito de Anta cuenta con 84 centros educativos dentro del área urbana y rural entre el tipo de gestión público y privado, dentro del cual 79 centros educativos pertenecen a la modalidad básica regular (dentro del cual se encuentran 44 centros educativos a nivel inicial, 22 a nivel primaria y 13 a nivel secundaria), 03 pertenecientes a la modalidad básica alternativa y 02 pertenecientes a la modalidad básica especial no contando con la modalidad técnico productiva y superior no universitario

TABLA 5:
NÚMERO DE CENTROS EDUCATIVOS POR TIPO DE GESTIÓN Y ÁREA GEOGRÁFICA 2016

| Número de Centros Educativos | | | | | |
|-------------------------------------|-------|---------|---------|--------|-------|
| Nivel educativo | Total | Gestión | | Área | |
| | | Pública | Privada | Urbana | Rural |
| Total | 84 | 66 | 18 | 46 | 38 |
| Básica regular | 79 | 62 | 17 | 41 | 38 |
| Inicial | 44 | 39 | 5 | 19 | 25 |
| Primaria | 22 | 16 | 6 | 12 | 10 |
| Secundaria | 13 | 7 | 6 | 10 | 3 |
| Básica alternativa | 3 | 2 | 1 | 3 | 0 |
| Básica especial | 2 | 2 | 0 | 2 | 0 |
| Técnico productivo | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Superior no universitario | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Pedagógica | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Tecnológica | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Artística | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Fuente: PDC de la provincia de Anta gestión 2015-2018

El número de alumnos matriculados en los centros educativos del Distrito de Anta es de 6,425 alumnos y 422 docentes, dentro del cual el nivel inicial cuenta con 1,278

alumnos y 61 docentes, el nivel primario cuenta con 2,400 alumnos y 151 docentes, el nivel secundario cuenta con 2,427 alumnos y 189 docentes; así mismo dentro de la educación básica alternativa cuenta con 296 alumnos y 18 docentes, la educación básica especial cuenta con 24 alumnos y 03 docentes.

2.1.4.1 Escolaridad

El nivel de escolaridad en el distrito de Anta es de 88%, esto expresa que por cada 100 personas en el nivel básico regular, 88 personas en dicho nivel asisten a los diversos centros educativos del nivel básico regular.

2.1.4.2 Analfabetismo

La tasa de analfabetismo en el distrito de Anta está representada por 2,563 analfabetos (personas mayores a 15 años que no saben leer ni escribir) entre hombres y mujeres. De un total de la población de 16,800 habitantes del distrito de Anta, la población masculina del distrito de Anta está representada por 8,343 hombres y la población analfabeta masculina es de 575.7 hombres analfabetos, en términos porcentuales esta cantidad equivale a un 6.9% de analfabetismo masculino. Del mismo modo, de un total de 8,457 mujeres en el distrito de Anta el 23.5% representa la población analfabeta femenina, que equivale a 1,987.4 mujeres analfabetas, entonces se puede concluir que sumada la población analfabeta femenina con la masculina nos da un resultado de 2,563 analfabetos, el cual forma un porcentaje de 15.4% de población analfabeta del distrito de Anta al año 2007.

En la provincia de Anta 28,997 hombres, hay un 9.8% de población analfabeta masculina, representado por 2,841.7 hombres analfabetos y de un total de la

población femenina de la provincia de Anta 27,631 mujeres, hay un 27.7% de población analfabeta femenina, representada por 7,653.8 analfabetos. El cual sumados hacen un total de 10,485.5 analfabetos entre hombres y mujeres en la provincia de Anta.

2.1.5 Vivienda y servicios básicos

Las características de las viviendas resultan ser similares a nivel del distrito de Anta. Por lo general, los pobladores construyen sus casas con materiales que encuentran en el lugar, siendo el principal material de construcción el adobe o tapia. Las viviendas de la zona son construcciones que en su mayoría están edificadas en base del material de adobe en las paredes, con coberturas de teja y en algunos casos de calamina y con piso de tierra y en otros casos se presentan algunas viviendas con piso de madera.

Existen edificaciones tanto de un nivel como de dos niveles; existen también un número considerable de viviendas que se encuentran edificadas en base a material noble, las mismas que son de reciente construcción. La edificación con material de adobe resulta de alguna manera más económico, los pobladores del distrito de Anta optan por esta alternativa para establecer sus viviendas, además de existir toda una tradición y técnica empírica.

Asimismo, se debe indicar que en las comunidades campesinas se realizan acciones de solidaridad en la construcción, tanto en el proceso de construcción, así como en la elaboración de adobes. Este hecho es importante porque permite consolidar las relaciones sociales familiares y comunales.

En relación al uso que se le da a la vivienda, el 84% de los pobladores del distrito de Anta usan sus casas solo como vivienda, mientras que existe un 6% que asocia el uso de su casa tanto para vivienda como para una actividad productiva, finalmente un 10% la asocia con algún tipo de comercio.

El agua es potable y casi el 60% de las viviendas tiene abastecimiento de agua dentro de la vivienda a través de la red pública. La casi totalidad de las viviendas urbanas (90%) y la gran parte de las viviendas rurales (80%) tienen alumbrado eléctrico por red pública.

En el distrito de Anta y en casi todas las comunidades hay teléfono público (locutorios) y red móvil (Claro, Movistar, bitel y Entel). A diferencia del Internet que solo está disponible en el distrito de Anta.

De acuerdo a los proyectos de saneamiento básico de la Municipalidad provincial de Anta, los sistemas de agua potable y alcantarillado existentes ya han cumplido su periodo óptimo de diseño hace dos décadas, para el cual fueron diseñados; sumándose a lo anterior el incremento acelerado de la población por motivos fundamentalmente comerciales.

Tales deficiencias hacen que los microbios se diseminen en el ambiente, generando enfermedades de diversa índole en especial de origen digestivo y cutáneo, principalmente las EDAS (Enfermedades diarreicas Agudas). En el distrito de Anta, el 21% de las viviendas cuentan con un sistema de alcantarillado (Red pública dentro de la vivienda), el 10% de las viviendas (pozo séptico, pozo ciego o letrina), el 5% de las viviendas hace uso de ríos (Río Hatun mayo) acequias o canales, el 3% de las viviendas cuenta con red pública fuera de la vivienda y un 47.7% de viviendas no tiene ningún tipo de evacuación de excretas.

2.2 DIAGNÓSTICO DE LAS ESTACIONES RADIALES DE IZCUCHACA

2.2.1 La comunicación radial de Izcuchaca

La provincia de Anta está ubicada a 45 minutos de la ciudad del Cusco, su principal vía de comercio se encuentra en Izcuchaca, zona donde transita y cruza la carretera Panamericana norte.

En este contexto Anta ha ido creciendo demográficamente en los últimos 15 años por diversos factores uno de ellos el movimiento económico es la apertura a diversos centros de estudio de nivel básico y centros de estudio técnicos.

En este marco de desarrollo, los medios de comunicación local también se han ido empoderando y acompañando este desarrollo material y personal en los ciudadanos de Izcuchaca - Anta.

El medio de comunicación de mayor alcance es la radio, cuya particular característica es ser más cómodo económicamente y tener mayor facilidad en el manejo por ser equipos portátiles de diversos tamaños que acompañan en las diversas actividades de la población.

De acuerdo a las opiniones vertidas de los pobladores de Izcuchaca se puede observar que el medio de comunicación de mayor sintonía esta entre Radio Impacto y Santa Mónica, seguido por Radio Poder Satélite y Mega.

Las horas de mayor sintonía es en la mañana, medio día y tarde, pero a muchos pobladores les gusta estar acompañado por su radio preferida en horario corrido, pues aún existen zonas donde el fluido eléctrico es restringido por ello tiene como único medio de información una radio a pilas.

Los radioyentes sintonizan estos medios por la necesidad de estar informados, el estar al tanto con el acontecer nacional local e internacional, así como el de participar en los medios de comunicación, representados por los dirigentes de las diversas organizaciones de base o quizá a la misma población organizada, sin dejar de lado entretenimiento a través de los programas musicales y los saludos.

Los temas de mayor abordaje en los medios de comunicación que se ha identificado es Participación Ciudadana (proyectos de envergadura y emergencia que ha afrontado la provincia), el tema de educación como priorización de la zona, los ingresos Económicos desde el manejo del Canon y la promoción de ejes de producción (agricultura y ganadería), el tema salud desde los últimos desastres naturales, así como los diversos problemas sociales (género, violencia familiar, entre otros).

La población muestra incomodidad frente a la posición política que asumen los medios de comunicación, con la dirección de los programas radiales muchos ciudadanos y ciudadanas identifican radio Impacto, Santa Mónica como los relacionistas públicos y que todas las informaciones están a favor de la municipalidad a la vez asumen posturas de defensores del alcalde y responden a las denuncias hechas, por otra parte la oposición mediática se encuentra en radio Mega y Poder Satélite, quienes realizan críticas duras y en algunas oportunidades han utilizado palabras gruesas para referirse a los gobernantes de turnos y a los trabajadores de la municipalidad, estas encuentros de palabras han hecho que en alguna oportunidad la población pierda credibilidad por los agentes mediadores, ellos sugieren que velen por los intereses de la población cumpliendo sus roles como es el de informar con

veracidad, ser mediadores, que promuevan corrientes de opinión con una proyección de desarrollo.

Por otro lado, los medios radiales de Izcuchaca - Anta cumplen un rol muy importante que es promover las diferentes manifestaciones culturales dentro y fuera de la provincia, a través de las festividades religiosas y otras actividades que se realiza para mantener latente la cultura Anteña.

2.2.2 Experiencia de comunicación en Izcuchaca - Anta

En Izcuchaca - Anta el medio de comunicación de mayor llegada y de participación es la radio por ser un medio de comunicación más popular, en la zona se encuentra cuatro emisoras radiales quienes difunden en la pampa de Anta.

Anta es una población eminentemente rural 70% a 75%, los medios de mayor preferencia son los musicales (comerciales), en horas de la mañana son los noticieros, su preferencia por Radio Impacto se debe a que los mensajes son emitidos en el idioma Mater. (Trujillo, 2018)

La presencia de las mujeres en los medios de comunicación en la Provincia de Anta es poquísimos, se tiene a la señora Presentación Ortiz, Victoria Santa Cruz de Radio Santa Mónica y la organización de mujeres más grande de la provincia la Federación de Mujeres Campesinas de Anta FEMCA que abordan en sus espacios radiales los problemas sociales.

El rol que cumplen las comunicadoras en los medios de comunicación es muy importante ya que ellas tienen mayor audiencia por transmitir programas en quechua tocando temas del acontecer y siempre recalando el tema de la identidad cultural

además promoviendo las diferentes manifestaciones culturales que se dan en nuestras sociedades.

Como es caso de las mujeres que participan en la FEMCA, que tienen experiencias exitosas en los medios radiales más sintonizados de Izcuchaca - Anta.

2.2.3 Medios radiales de Izcuchaca – Anta

2.2.3.1 Radio Impacto

Es el medio de comunicación de mayor consumo en la localidad por la cobertura en casi toda la provincia de Anta, en cuanto a la estructura de la programación la distribución de horas va desde informativos, musicales y comerciales.

La programación está orientada a la población local por lo tanto es imprescindible que este medio de comunicación use el idioma quechua y el castellano para dirigirse a su público.

Es la primera emisora en establecerse en Izcuchaca - Anta, con el objetivo de fortalecer la identidad cultural, música folklórica, programas naturistas y más. (PlanetaRadios.com, 2018)

Siendo la agente de mayor importancia y representante de las mujeres Presentación Ortiz por su aporte a la localidad como comunicadora rural.

Surge a la vez diversas discrepancias y tensiones entorno a la orientación y lineamiento editorial en los programas informativos por la corriente política que asumen, muchos de los pobladores identifican a este medio de comunicación como los voceros de la municipalidad.

En la actualidad Radio Impacto va innovando en las diversas estrategias comunicativas para obtener mayor alcance, como es el uso de software libre, creando un blog así poder emitir sus programas de radio vía online y estar enlazados con centros de información a nivel regional, nacional e internacional.

Este medio de comunicación trabaja como una repetidora de Radio Oriente con el slogan, La Original Radio Oriente 560 (AM) de la ciudad de Lima y el programa que se transmite es producida por anteños denominada, la voz de Huancariri en el corazón de Anta, una programación en vivo de siete a ocho de la mañana de lunes a viernes en castellano y fragmentos en quechua, cuya finalidad es que los pobladores se enteren en forma rápida de las actividades y noticias que ocurren en la ciudad de Lima y viceversa,

2.2.3.2 Radio Santa Mónica

El dueño de Radio Santa Mónica es el Licenciado en Ciencias de la Comunicación Pascual Farfán Flower, la emisora se encuentra en los 105.3 FM. Es el primer medio de comunicación que se transmitió en la pampa de Anta y en cuanto a la cobertura es la única radio que tiene mayor llegada en casi toda la provincia.

En su estructura programática contempla los horarios informativos que en la mayoría está dividida en tres secuencias mañana (cinco a ocho), medio día (una a dos) y noche (seis a siete), las horas restantes completa con programas musicales, donde se recepciona saludos pagados con tandas publicitarias.

El representante de este medio indica que Radio Santa Mónica responde a las lógicas culturales de la población rural de Anta.

El corte de este medio de comunicación es comercial, indica que si este medio se pondría en una posición educadora o cultural quizá quebraría pues estos medios de comunicación como es el Radio La Salle tienen sostenibilidad porque tienen un financiamiento que los respalda y ellos pueden crear más programas educativos pero una radio comercial lucha para obtener mayor publicidad pues de esta forma como se sustenta, el alquiler de los espacios, obtener publicidades propias y el de recepcionar saludos musicales pagados que son fuentes de recaudación de capital económico para que continúe este medio de comunicación pues ha visto que la competencia del mercado ha crecido en este sistema comunicativo.

Se proyecta a tener mayor cobertura y repotenciar sus equipos para llegar nítido y potente así obtener mayor calidad de servicios, en cuanto a las informaciones vertidas en los programas noticiosos en sus posibilidades tratan de orientar a la población a participar en los diversos espacios al público informando sobre la realidad de la provincia de Anta.

Radio Santa Mónica es una emisora que también ya está enlazado a la modernidad creando un blog para que sus programas se transmitan por Internet en vivo, esta emisora radial se considera de corte cultural porque siempre se identifica con la cultura Anteña, a través de la difusión de las diferentes costumbres, festividades que se realizan en Izcuchaca - Anta, de esta manera promueve la cultura e interculturalidad en otras regiones hasta incluso en otros lugares del mundo ya tiene su transmisión en vivo por Internet.

2.2.3.3 Radio Mega

El Licenciado en Ciencias de la Comunicación David Farfán empezó el proyecto en el año 1999 en el año 2002 se realizó el trámite en el Ministerio de Transportes y Comunicaciones desde esa fecha se obtuvo la resolución legal y ahora se consiguió la licencia de funcionamiento hasta el año 2021.

Este medio de comunicación cuenta con algunas limitaciones el Gerente y propietario de este medio de comunicación identifican que la radio por encontrarse en la Frecuencia Modulada (103.9 FM) no tiene el alcance de una Amplitud Modulada (AM), a pesar de ello llega la señal algunas comunidades rurales poco accesibles y lejanas geográficamente, indican que su labor priorizada es buscar información en estos espacios, de esta manera la capital de la Provincia de Anta podrá estar al tanto del acontecer de sus comunidades internas, en la programación las horas informativas son muy pocas a comparación de programas musicales.

Pero la fortaleza de este medio es ser referente (corresponsales) en distintos medios radiales de la ciudad del Cusco como es Radio Salkantay, Radio Líder, Radio Universal y en algunas oportunidades en Radio Programas del Perú.

Esta emisora radial es de corte musical más dirigida al público juvenil difundiendo música local como extranjera pero siempre identificado con cultura de la provincia de Anta el dueño de esta radio es netamente Anteño, además es una radio que promueve el deporte realizando en ocasiones Radio Maratones a favor de los pobladores de Izcuchaca y de la población de Anta, también como toda empresa radial su transmisión lo hace por Internet en vivo, además está al

día en redes sociales como es Facebook, tiene cierta audiencia en Argentina por los residentes Anteños ya que ellos siempre mandan saludos a sus familiares en su mayoría son jóvenes que fueron por motivos de estudio y trabajo.

2.2.3.4 Radio Poder Satélite

Creada por el profesor Raúl Sullca Ramos como una empresa de telecomunicaciones que se transmite desde 19 de diciembre del 2014 con la finalidad de prestar servicio al público y ser una radio líder en audiencia dentro de la provincia de Anta. La frecuencia es 102.3 (FM), este medio de comunicación en cuanto a su programación es variado de música folclórica entre noticias y música cumbia, el slogan que maneja esta radio es el poder de la música en tus oídos.

Esta empresa radial en cuanto a su alcance llega casi a todos los distritos, aunque tiene dificultades de orden financiero por ser considerada como una radio de corte comercial, no ha dejado de lado la práctica de la cultura y también trabajando en cuanto a la promoción de otras culturas.

Los pobladores de Izcuchaca expresan que Radio Poder Satélite tiene su pega, pues desde sus inicios siguen algunos radioyentes acompañan y disfrutan de la programación de este medio local, pero también reconocen que estos medios no deben de ser utilizados para asuntos personales sino con una proyección social que eso es lo que necesita la provincia de Anta.

Dentro de su estructura programática las horas de mayor sintonía que se registra en los horarios informativos (de cuatro a siete de la mañana), conducido por el profesor Raúl Sullca Ramos, el tratamiento noticioso es desde las noticias

Locales, Regionales, Nacionales e Internacionales, tanto en el idioma quechua como en castellano , este espacio surge mucha controversia pues apertura a una opinión y llega incluso a la crítica en especial a la gestión municipal provincial, esto ha traído consigo que en más de una oportunidad exista impases entre los medios de comunicación entre Radio Impacto y esta emisora.

Esta estación radial cuenta con equipos de transmisión modernas, además se considera como una radio al servicio del pueblo, su programación también lo transmite en vivo por Internet, lo cual hace que se tenga audiencia de los residentes anteños en otros lugares del mundo, asimismo está al tanto mediante las redes sociales como es el Facebook.

2.2.4 La radio un gran enlace con la población

En Izcuchaca-Anta la radio es el medio de comunicación más utilizado por los pobladores ya que el enlace que tiene es tan profundo que los comunicadores que trabajan en estos medios de comunicación tienen un gran enlace con la población como es el caso de la comunicadora Presentación Ortiz:

Lo bueno de hacer comunicación en especial el estar en la radio es algo maravilloso porque te vincula con personas del campo, líderes, dirigentes, autoridades, niños, jóvenes, mujeres (Ortiz, 2018).

En la provincia de Anta la población mayoritaria es quechuhablante por tanto, la comunicadora Presentación Ortiz, siempre se dirigió a la población por su primera lengua, se inició en el mundo de la comunicación como la gran mayoría, con programas musicales; enviando saludos, luego fue contactada por la Organización Red de Comunicadores Rurales de Cusco y Apurímac, quienes constantemente la

invitaron a participar en las capacitaciones, de esta manera su programa empezó a tener mayor sintonía practicando su rol de comunicadora, pues ella informaba y orientaba todo lo aprendido en los talleres, tenía base y fundamentos en los mensajes que ella emitía.

La información que nos dan es en quechua, comparto también lo aprendió en los cursos generalmente los temas que toco son de violencia, ciudadanía, participación porque son cosas que están pasando a diario, entonces tenemos que informar a la población de las comunidades, tenemos que cambiar nosotros nuestra actitud, de alguna manera todos tenemos que ser parte si es que queremos cambiar el Perú. (Ortiz, 2018)

Ella vio que la comunicación es un factor importante en toda sociedad, porque es articuladora, como proceso social de relación entre sujetos, el ingresar en el mundo de la radio le abrió camino para conectarse con su propia población.

Sin dejar de lado estos temas muy importantes también en sus programas que saca al aire siempre toca lo cultural dando a conocer las diferentes festividades tanto actividades que realizan en Izcuchaca, así como en otros distritos, comunidades de la provincia.

CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS DE DATOS

El procesamiento de datos de la encuesta realizada a los pobladores de Izcuchaca Anta, se realizó mediante el programa estadístico *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), con la finalidad de consolidar datos que permitan desarrollar los objetivos planteados.

3.1 Análisis individual de cada variable

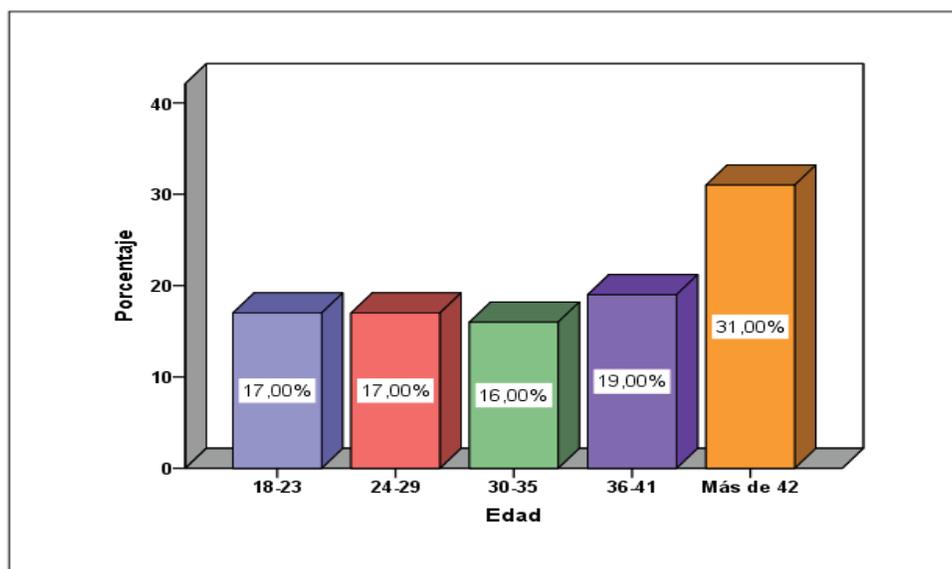
En la siguiente tabla se detalla el total de las personas encuestadas según los rangos de edades, mostrando la frecuencia y los porcentajes:

TABLA 6:
EDAD DE LOS ENCUESTADOS

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | 18-23 | 17 | 17,0 | 17,0 | 17,0 |
| | 24-29 | 17 | 17,0 | 17,0 | 34,0 |
| | 30-35 | 16 | 16,0 | 16,0 | 50,0 |
| | 36-41 | 19 | 19,0 | 19,0 | 69,0 |
| | Más de 42 | 31 | 31,0 | 31,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

**GRÁFICO 1:
EDAD DE LOS ENCUESTADOS**



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN. - En el gráfico N°1 muestra el porcentaje de encuestados según los rangos de edad, donde podemos apreciar que la mayoría de personas encuestadas tiene más 42 años, seguido de las demás edades según nos muestra gráfico, lo que quiere decir que el trabajo de campo se realizó con personas mayores de edad, que tienen una amplia precepción del tema de Cultura e Interculturalidad.

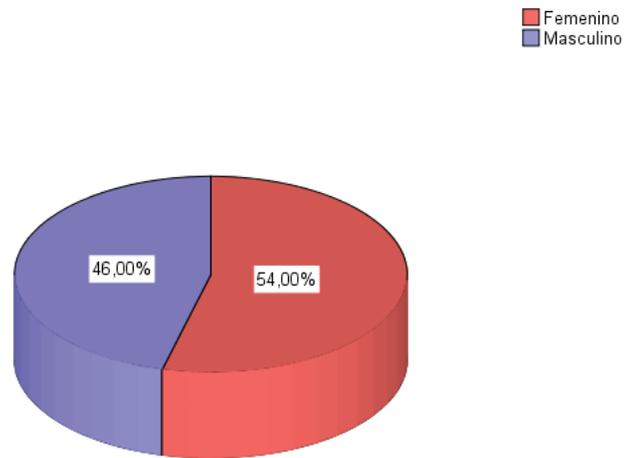
Por otro lado, en la siguiente tabla se detalla el total de las personas encuestadas según el género, mostrando la frecuencia y los porcentajes:

**TABLA 7:
GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS**

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Femenino | 54 | 54,0 | 54,0 | 54,0 |
| | Masculino | 46 | 46,0 | 46,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

GRÁFICO 2:
GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS



Género

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

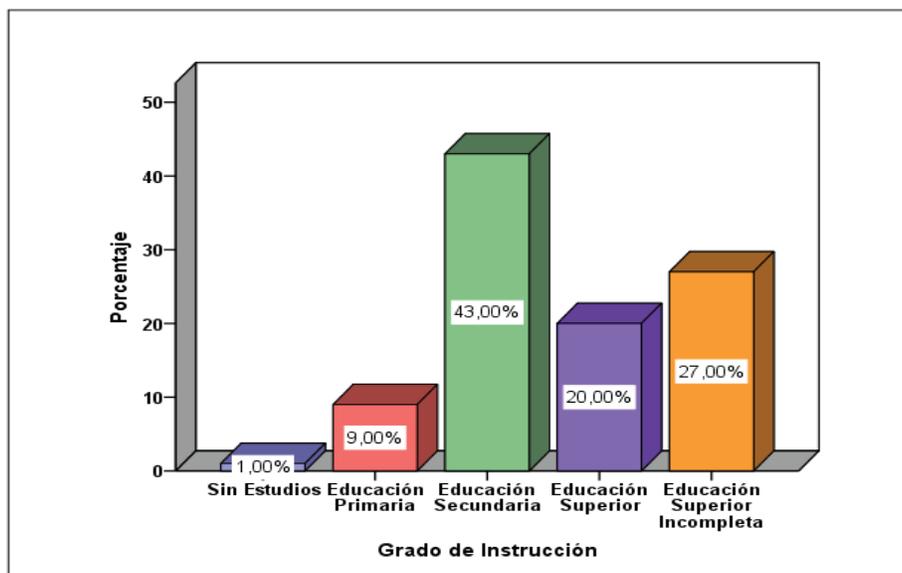
INTERPRETACIÓN. - En el gráfico N°2 muestra el porcentaje de encuestados según el género, el 54.0% de encuestados es de género femenino y el 46.0% de encuestados es de género masculino, encontrándose a más personas encuestadas del género femenino lo que nos permite observar que en la localidad de Izcuchaca, las mujeres tienen mayor permanencia en vista de que en ocasiones los varones salen fuera del lugar por motivos de trabajo.

TABLA 8:
GRADO DE INSTRUCCIÓN DE LOS ENCUESTADOS

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Sin estudios | 1 | 1,0 | 1,0 | 1,0 |
| | Educación primaria | 9 | 9,0 | 9,0 | 10,0 |
| | Educación secundaria | 43 | 43,0 | 43,0 | 53,0 |
| | Educación superior | 20 | 20,0 | 20,0 | 73,0 |
| | Educación superior incompleta | 27 | 27,0 | 27,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

GRÁFICO 3:
GRADO DE INSTRUCCIÓN DE LOS ENCUESTADOS



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- En el gráfico N°3 muestra el porcentaje de encuestados según el rango de edad, el 1.0% de los encuestados no tiene estudios, el 9.0% de la población encuestada tiene educación primaria, el 43.0% de las personas tiene estudios secundarios, el 20.0% tiene estudios superiores y un 27.0% nos muestra a personas con educación superior incompleta, dando a conocer que la mayoría de los encuestados tiene educación secundaria completa esto se debe a muchos factores ya sea por el tema económico o porque en muchos casos migran del lugar y se dedican solo a trabajar dejando de lado los estudios superiores .

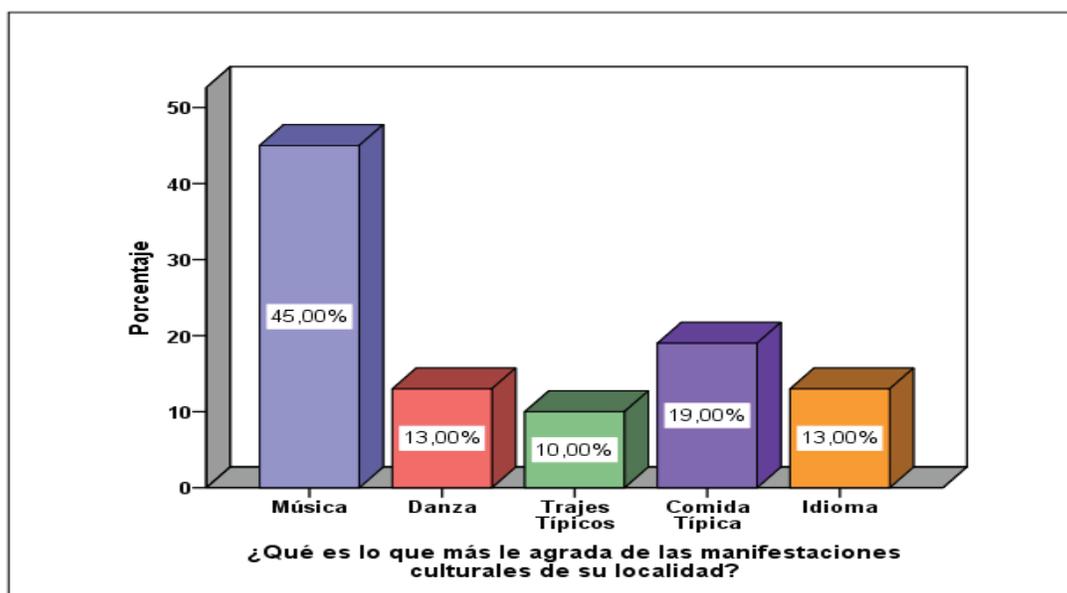
En la siguiente tabla se detalla la preferencia acerca de las manifestaciones culturales de su localidad del total de las personas encuestadas, mostrando la frecuencia y los porcentajes:

TABLA 9:
MANIFESTACIONES CULTURALES DE SU LOCALIDAD

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Música | 45 | 45,0 | 45,0 | 45,0 |
| | Danza | 13 | 13,0 | 13,0 | 58,0 |
| | Trajes típicos | 10 | 10,0 | 10,0 | 68,0 |
| | Comida típica | 19 | 19,0 | 19,0 | 87,0 |
| | Idioma | 13 | 13,0 | 13,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

GRÁFICO 4:
MANIFESTACIONES CULTURALES DE SU LOCALIDAD



Fuente: Elaboración Propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- En el gráfico N°4 se observa las preferencias acerca de las manifestaciones culturales observando que al 45.0% personas les agrada la música, al 13.0% de los encuestados les agrada la danza, al 10.0%, le agrada los trajes típico, al 19.0% de la población encuestada le agrada la comida típica y el 13.0% manifiesta que le agrada el

idioma como su manifestación cultural, según la encuesta encontramos que al público oyente le agrada más la música, ya que es un elemento muy primordial que les acompaña en que hacer cotidiano de las personas también se aprecia que en la zona de Anta los pobladores sintonizan más la radio por los programas musicales.

TABLA 10:

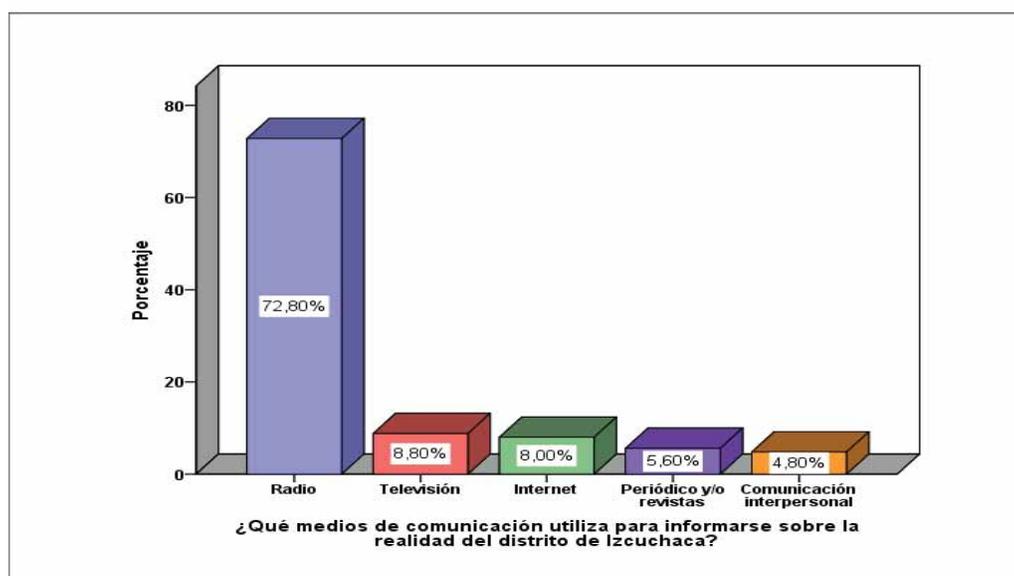
MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZA PARA INFORMARSE SOBRE LA REALIDAD DE IZCUCHACA

| | | Respuestas | | Porcentaje de casos |
|--------|----------------------------|------------|------------|---------------------|
| | | N | Porcentaje | |
| Válido | Radio | 91 | 72,8% | 91,0% |
| | Televisión | 11 | 8,8% | 11,0% |
| | Internet | 10 | 8,0% | 10,0% |
| | Periódico y/o revistas | 7 | 5,6% | 7,0% |
| | Comunicación interpersonal | 6 | 4,8% | 6,0% |
| Total | | 125 | 100,0% | 125,0% |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

GRÁFICO 5:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZA PARA INFORMARSE SOBRE LA REALIDAD DE IZCUCHACA



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- En el gráfico N°5 muestra el porcentaje de encuestados siendo el 91.0% de personas utilizan la radio, el 11.0%, utiliza la televisión, el 10.0% de la población prefiere el Internet, el 7.0% de los encuestados lee el periódico y/o revistas y el 6.0% de encuestados prefiere la comunicación interpersonal como medio de información, donde se observa que la población anteña prefiere usar la radio como medio de comunicación por tener mayor cobertura y ser cómodo en términos económicos ya que no se necesita tener fluido eléctrico porque se puede utilizar una radio a pilas que les acompañe en labores agrícolas tanto en otras actividades que ellos realizan.

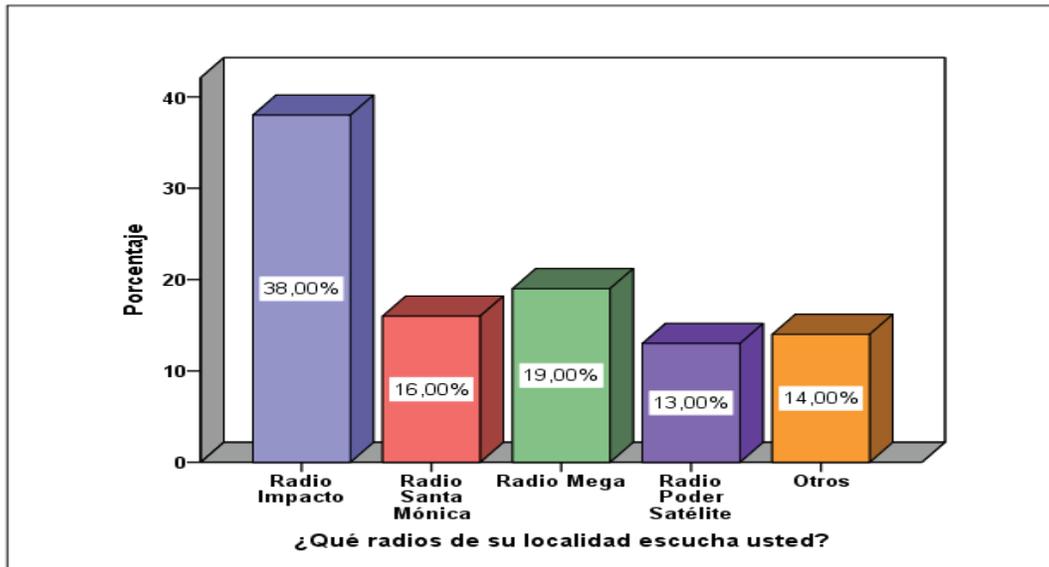
En la siguiente tabla se detalla las radios que escuchan el total de las personas encuestadas, mostrando la frecuencia y los porcentajes:

TABLA 11:
RADIOS DE SU LOCALIDAD

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Radio Impacto | 38 | 38,0 | 38,0 | 38,0 |
| | Radio Santa Mónica | 16 | 16,0 | 16,0 | 54,0 |
| | Radio Mega | 19 | 19,0 | 19,0 | 73,0 |
| | Radio Poder Satélite | 13 | 13,0 | 13,0 | 86,0 |
| | Otros | 14 | 14,0 | 14,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

*GRÁFICO 6:
RADIO DE SU LOCALIDAD*



Fuente: Elaboración Propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- En el gráfico N°6 muestra los porcentajes de los encuestados según su preferencia radial siendo el 38.0% de las personas escuchan Radio Impacto, el 16.0% de la población prefiere Radio Santa Mónica, el 19.0% ,escucha Radio Mega, el 13.0% sintoniza Radio Poder Satélite y el 14.0% de las personas escuchan otras emisoras,según la población encuestada el medio radial con mayor audiencia es Radio Impacto por presentar en su programación temas de interés local, nacional e internacional,manteniendo latente lo temas de cultura y por realizar su transmisión en el idioma quechua, además por ser uno de los medios que más se identifica con la población ya que en su estructura musical revaloriza más la música de la zona y difunde información del acontecer en forma inmediata.

En la siguiente tabla se detalla en que horarios los encuestados prefieren escuchar la radio, mostrando la frecuencia y los porcentajes:

TABLA 12:

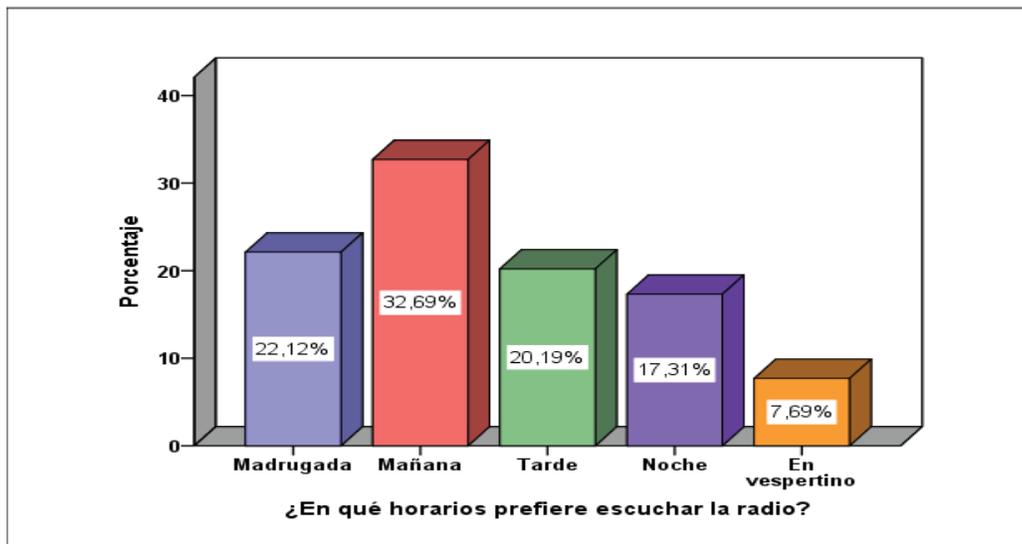
HORARIOS QUE PREFIERE ESCUCHAR LA RADIO

| | | Respuestas | | Porcentaje de casos |
|--------|---------------|------------|------------|---------------------|
| | | N | Porcentaje | |
| Válido | Madrugada | 23 | 22,1% | 23,0% |
| | Mañana | 34 | 32,7% | 34,0% |
| | Tarde | 21 | 20,2% | 21,0% |
| | Noche | 18 | 17,3% | 18,0% |
| | En vespertino | 8 | 7,7% | 8,0% |
| Total | | 104 | 100,0% | 104,0% |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

GRÁFICO 7:

HORARIOS QUE PREFIERE ESCUCHAR LA RADIO



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN. - El gráfico N°7 muestra la preferencia de los horarios según el porcentaje siendo, el 32.7% de los encuestados prefiere escuchar la radio por la mañana, seguido de los demás horarios en el que prefiere escuchar ya sea como medio de información

o de entretenimiento, para los pobladores de Anta el mejor horario para escuchar la radio son las horas de la mañana, mientras van realizando sus actividades ellos escuchan la radio de su preferencia ya sean noticieros o musicales.

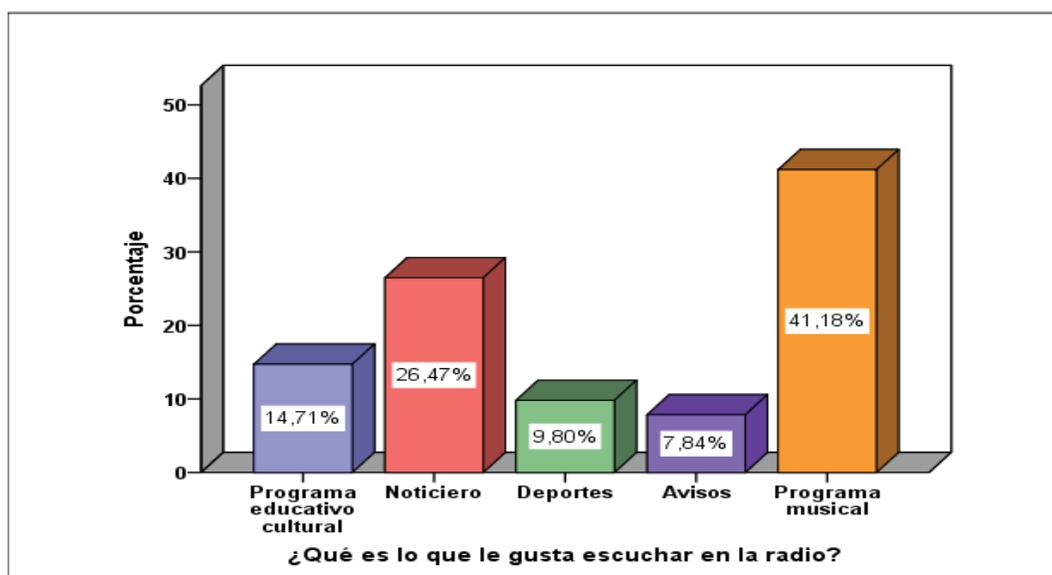
En la siguiente tabla se detalla el total de las personas encuestadas según las preferencias en los programas radiales, mostrando la frecuencia y los porcentajes:

TABLA 13:
PROGRAMAS RADIALES

| | | Respuestas | | Porcentaje de casos |
|---------|-----------------------------|------------|------------|---------------------|
| | | N | Porcentaje | |
| Válidos | Programa educativo cultural | 15 | 14,7% | 15,0% |
| | Noticiero | 27 | 26,5% | 27,0% |
| | Deportes | 10 | 9,8% | 10,0% |
| | Avisos | 8 | 7,8% | 8,0% |
| | Programa musical | 42 | 41,2% | 42,0% |
| Total | | 102 | 100,0% | 102,0% |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

GRÁFICO 8:
PROGRAMAS RADIALES



Fuente: Elaboración Propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- El gráfico N°8 muestra el porcentaje de encuestados encontrándose que el 41.2% de las personas encuestadas prefieren escuchar programas musicales ya sea temas locales o de otras regiones del país,seguido de los demas pogramas que presentan en su estructura,la población prefiere escuchar la música por que consideran que es un elemento que sirve como alivio para los problemas que tiene cada pesona,pero a la vez manifiestan que estar enterados de los hechos o sucesos que se dan en la región ya sea en el País, mediante la radio es muy importante.

Con relación a los mensajes que se escucha:

En la siguiente tabla se detalla las opiniones acerca de si la voz del locutor se escucha claramente, mostrando la frecuencia y los porcentajes:

TABLA 14:

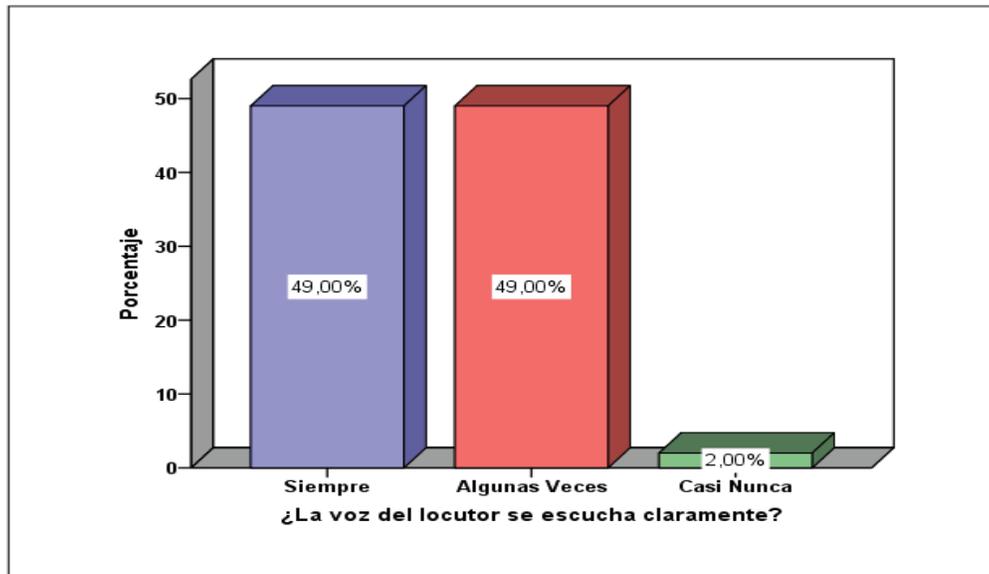
¿LA VOZ DEL LOCUTOR SE ESCUCHA CLARAMENTE?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 49 | 49,0 | 49,0 | 49,0 |
| | Algunas veces | 49 | 49,0 | 49,0 | 98,0 |
| | Casi nunca | 2 | 2,0 | 2,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

GRÁFICO 9:

¿LA VOZ DEL LOCUTOR SE ESCUCHA CLARAMENTE?



Fuente: Elaboración Propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- El gráfico N°9 muestra la respuesta de los encuestados acerca de la voz del locutor, observando que el 49.0% de las personas manifiestan que se escucha claro la voz del locutor y el 2.0% de los encuestados indican que casi nunca se escucha claramente, lo que significa que la voz de los locutores si es claro salvo alguna interferencia, algunos medios radiales en la actualidad ya tiene buena infraestructura que le ayuda a superar estos temas que puedan ser una dificultad para la buena transmisión de una radio.

En la siguiente tabla se detalla las opiniones acerca de los mensajes emitidos, mostrando la frecuencia y los porcentajes:

TABLA 15:

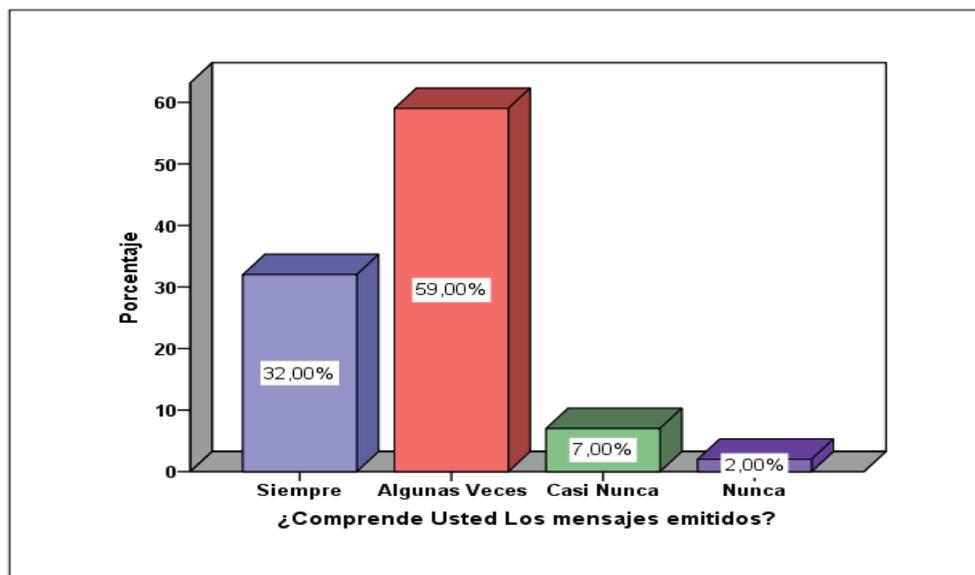
¿COMPRENDE USTED LOS MENSAJES EMITIDOS?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 32 | 32,0 | 32,0 | 32,0 |
| | Algunas veces | 59 | 59,0 | 59,0 | 91,0 |
| | Casi nunca | 7 | 7,0 | 7,0 | 98,0 |
| | Nunca | 2 | 2,0 | 2,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

GRÁFICO 10:

¿COMPRENDE USTED LOS MENSAJES EMITIDOS?



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- El gráfico N°10 muestra la respuesta de los encuestados acerca de los mensajes emitidos, observando que 32.0% de los encuestados siempre comprenden los mensajes emitidos, 59.0%, algunas veces comprenden los mensajes emitidos, 7.0% de los encuestados casi nunca comprenden los mensajes emitidos y 2.0% de encuestados no comprenden los mensajes emitidos, dando a conocer que los mensajes que son emitido por la

radio si son comprendidos por el público oyente,pero algunos de las personas encuestadas nos dice que no entiende lo que dice el locutor en la radio por que en ocasiones emplea terminos técnicos, para ello el locutor de una radio siempre debe emplear terminos mas claros y sencillos en los mensajes que difunde,para que la audiencia no tenga ninguna dificultad en la recepcion de dicho mensaje.

TABLA 16:

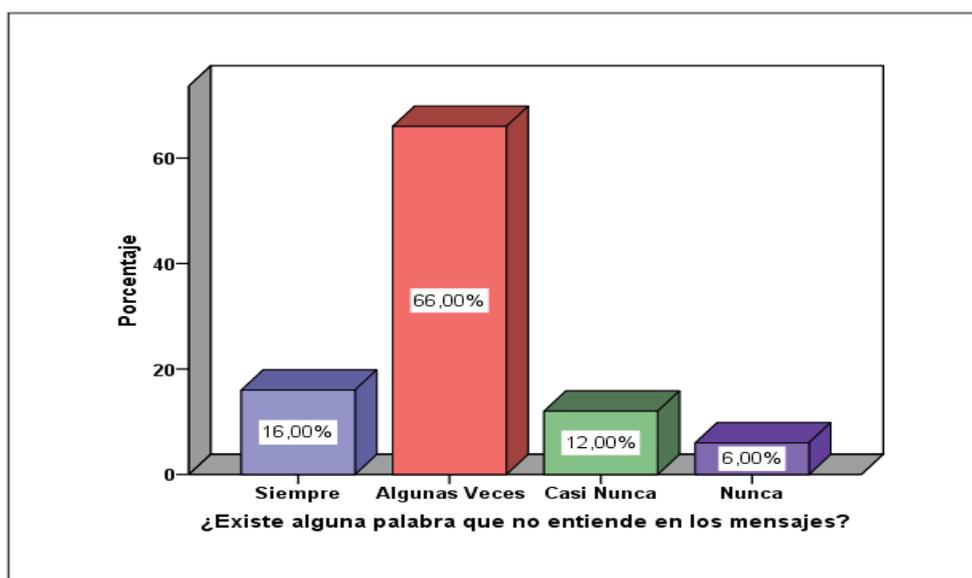
¿EXISTE ALGUNA PALABRA QUE NO ENTIENDE EN LOS MENSAJES?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 16 | 16,0 | 16,0 | 16,0 |
| | Algunas veces | 66 | 66,0 | 66,0 | 82,0 |
| | Casi nunca | 12 | 12,0 | 12,0 | 94,0 |
| | Nunca | 6 | 6,0 | 6,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

GRÁFICO 11:

¿EXISTE ALGUNA PALABRA QUE NO ENTIENDE EN LOS MENSAJES?



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- El gráfico N°11 muestra la respuesta de los encuestados acerca de la existencia de alguna palabra que no se entienda, observando que el 16.0% de los encuestados indican que siempre existen algunas palabras que no entienden, 66.0% de los encuestados indican que algunas veces existen algunas palabras que no entienden, 12.0% de los encuestados indican que casi nunca existen alguna palabra que no entienden y 6.0% de los encuestados indican que no existe alguna palabra que no entienden, por tanto quiere decir que los oyentes de la radio manifiestan algunas veces que si hay palabras que no entienden de los mensajes que difunde la radio, ya sea por emplear terminos técnicos porque suscitarse alguna interferencia en su transmisión.

En la siguiente tabla se detalla las opiniones acerca de la existencia de alguna parte de los mensajes que no es agradable, mostrando la frecuencia y los porcentajes:

TABLA 17:

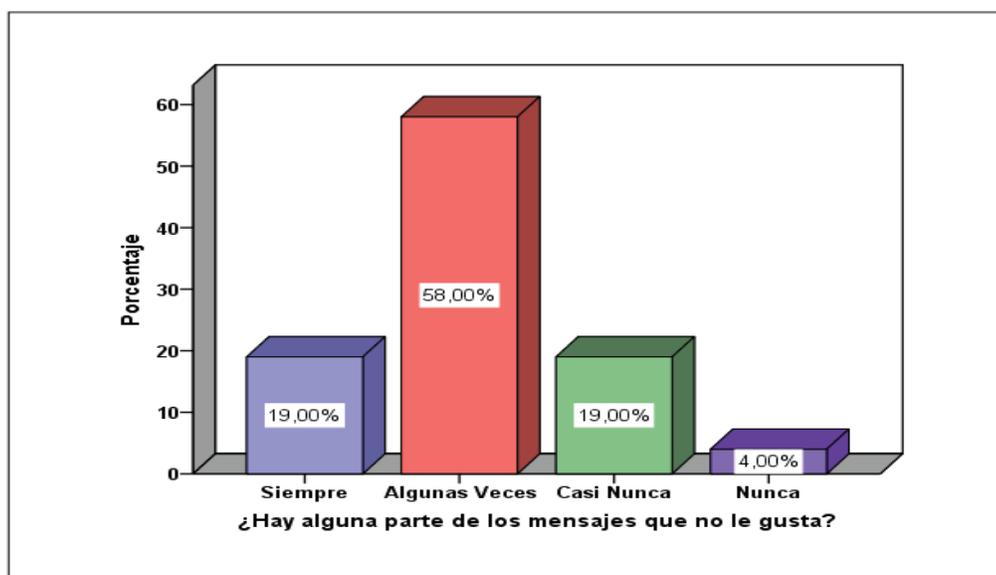
¿HAY ALGUNA PARTE DE LOS MENSAJES QUE NO LE GUSTA?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 19 | 19,0 | 19,0 | 19,0 |
| | Algunas veces | 58 | 58,0 | 58,0 | 77,0 |
| | Casi nunca | 19 | 19,0 | 19,0 | 96,0 |
| | Nunca | 4 | 4,0 | 4,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

GRÁFICO 12:

¿HAY ALGUNA PARTE DE LOS MENSAJES QUE NO LE GUSTA?



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- El gráfico N°12 muestra los porcentajes, observando que el 19.0% de los encuestados siempre encuentran alguna parte de los mensajes que no les gusta, 58.0% de los encuestados algunas veces encuentran alguna parte de los mensajes que no les gusta, 19.0% de los encuestados casi nunca encuentran alguna parte de los mensajes que no les gusta y 4.0% de los encuestados indican que no encuentran alguna parte de los mensajes que no les gusta, indicando que la mayoría de las personas encuestadas dicen que hay mensajes que algunas veces no se entienden en la radio y que debería de ser aclarado por los locutores, estas situaciones se dan en muchos casos por que hay locutores o radios que no son del agrado del público por tanto manifiestan que si hay mensajes que no les agrada.

En la siguiente tabla se detalla si los encuestados ponen en práctica los consejos que escuchan en la radio, mostrando la frecuencia y los porcentajes:

TABLA 18:

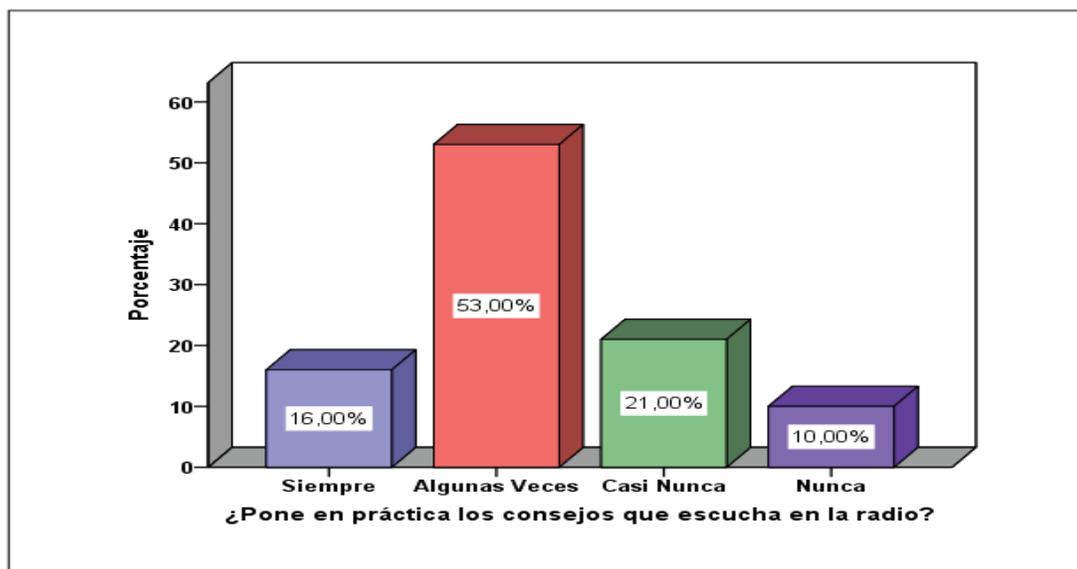
¿PONE EN PRÁCTICA LOS CONSEJOS QUE ESCUCHA EN LA RADIO?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 16 | 16,0 | 16,0 | 16,0 |
| | Algunas veces | 53 | 53,0 | 53,0 | 69,0 |
| | Casi nunca | 21 | 21,0 | 21,0 | 90,0 |
| | Nunca | 10 | 10,0 | 10,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

GRÁFICO 13:

¿PONE EN PRÁCTICA LOS CONSEJOS QUE ESCUCHA EN LA RADIO?



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- El gráfico N°13 muestra los porcentajes, observando que el 16.0% de personas, siempre ponen en practica los consejos que escucha en la radio, 53.0% que algunas veces ponen en practica los consejos que escucha en la radio, 21.0% manifiestan que casi nunca ponen en practica los consejos que escuchan en la radio y 10.0% , indican que nunca ponen en práctica los consejos que escuchan en la radio,observando que una gran parte de personas que colaboraron con este trabajo si ponen en práctica los mensajes emitidos por

la radio, mensajes como es del ministerio de salud o cuando alguna institucion del lugar promueve alguna actividad en benecifio de la poblacion, pero por otro lado hay personas que no ponen en práctica dichos consejos que difunde la radio simplemente por que no es de su interes.

En la siguiente tabla se detalla las respuestas acerca de si los programas que escucha le ayudan a conocer la realidad, mostrando la frecuencia y los porcentajes:

TABLA 19:

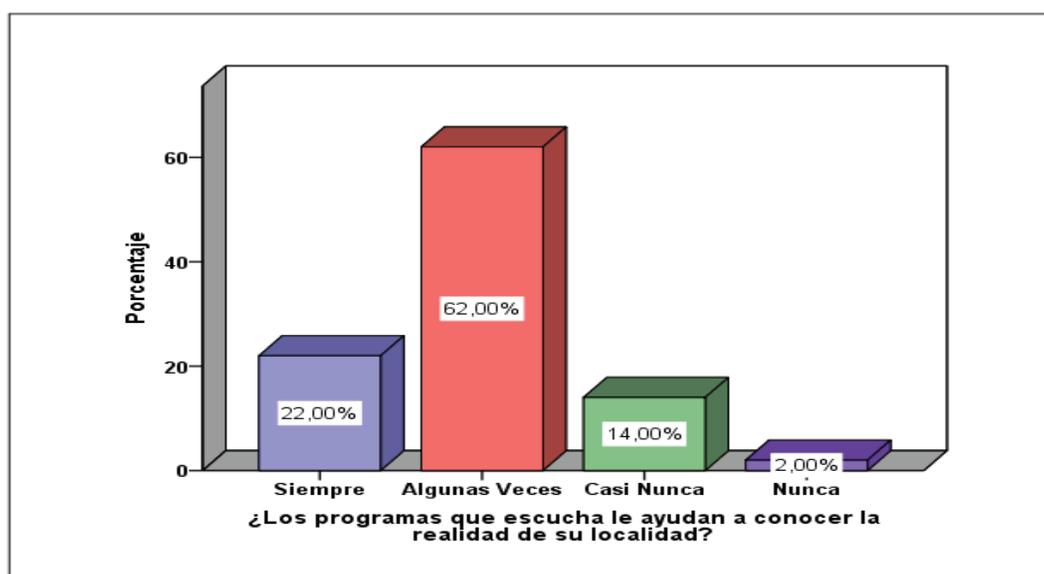
¿LOS PROGRAMAS QUE ESCUCHA LE AYUDAN A CONOCER LA REALIDAD DE SU LOCALIDAD?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 22 | 22,0 | 22,0 | 22,0 |
| | Algunas veces | 62 | 62,0 | 62,0 | 84,0 |
| | Casi nunca | 14 | 14,0 | 14,0 | 98,0 |
| | Nunca | 2 | 2,0 | 2,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

GRÁFICO 14:

¿LOS PROGRAMAS QUE ESCUCHA LE AYUDAN A CONOCER LA REALIDAD DE SU LOCALIDAD?



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- El gráfico N°14 muestra la respuesta de los encuestados acerca de los programas, observando que el 22.0% indican que siempre le ayudan a conocer la realidad de su localidad, 62.0% de los enuestados manifiestan que algunas veces le ayudan a conocer la realidad de su localidad, 14.0% que siempre le ayudan a conocer la realidad de su localidad y 2.0% de los encuestados dan a conocer que nunca le ayudan a conocer la realidad de su localidad,por tanto las personas encuestadas nos dicen que si algunas veces les ayuda a conocer la realidad de su localidad mediante los informativos locales , manifiestan que al sintonizar una radio ellos puede enterarse de las cosas que se suscitan en su pueblo o en distritos cercanos a la zona.

En la siguiente tabla se detalla las opiniones acerca de que si se emiten mensajes con agresiones, mostrando la frecuencia y los porcentajes:

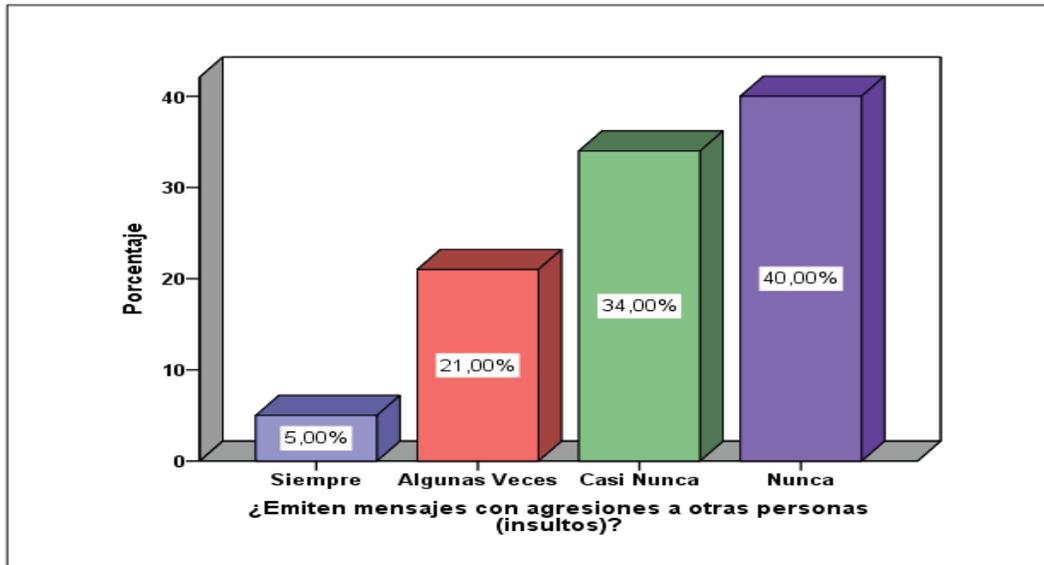
TABLA 20:

¿EMITEN MENSAJES CON AGRESIONES A OTRAS PERSONAS (INSULTOS)?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 5 | 5,0 | 5,0 | 5,0 |
| | Algunas veces | 21 | 21,0 | 21,0 | 26,0 |
| | Casi nunca | 34 | 34,0 | 34,0 | 60,0 |
| | Nunca | 40 | 40,0 | 40,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

GRÁFICO 15:
¿EMITEN MENSAJES CON AGRESIONES A OTRAS PERSONAS (INSULTOS)?



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- El gráfico N°15 muestra la respuesta de los encuestados en porcentajes, observando que el 5.0% de los encuestados indican que siempre se emiten mensajes con agresiones, 21.0% de las personas manifiestan que algunas veces se emiten mensajes con agresiones, 34.0% ,dice que casi nunca se emiten mensajes con agresiones y 40.0% , indican que nunca se emiten mensajes con agresiones,por consiguiente se observa que hay una difusión favorable de los medios radiales, emitiendo mensajes amigables respetando la cultura,costumbres y la interculturalidad,permitiendo que las Radios de Anta promuevan el respeto por otras personas o culturas sin provar peleas entre ellos.

En la siguiente tabla se detalla las opiniones acerca de si se provocan peleas entre los miembros de la localidad, mostrando la frecuencia y los porcentajes:

TABLA 21:

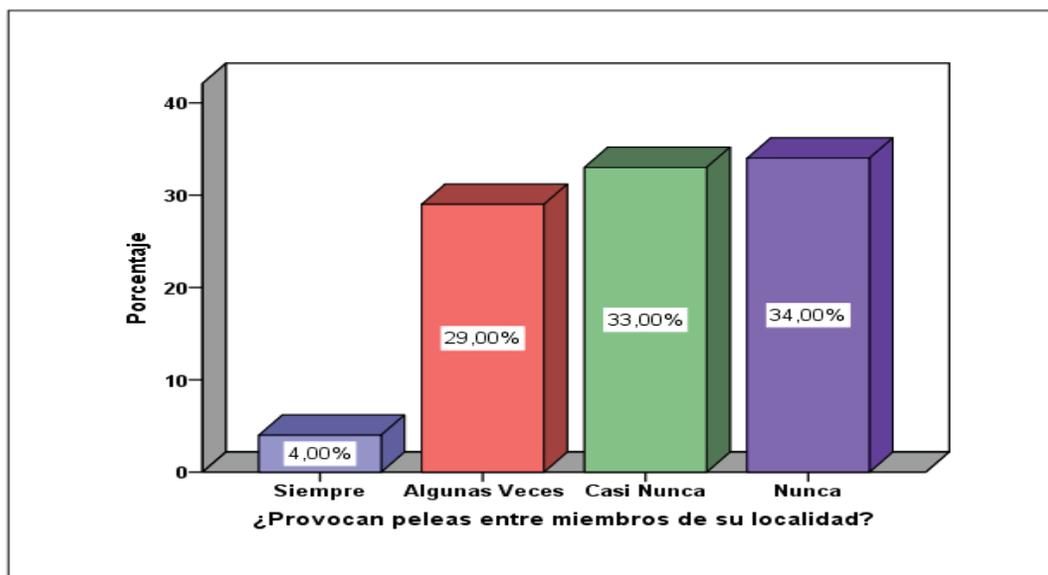
¿PROVOCAN PELEAS ENTRE MIEMBROS DE SU LOCALIDAD?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 4 | 4,0 | 4,0 | 4,0 |
| | Algunas veces | 29 | 29,0 | 29,0 | 33,0 |
| | Casi nunca | 33 | 33,0 | 33,0 | 66,0 |
| | Nunca | 34 | 34,0 | 34,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

GRÁFICO 16:

¿PROVOCAN PELEAS ENTRE MIEMBROS DE SU LOCALIDAD



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.-El gráfico N°16 muestra la respuesta de los encuestados en porcentajes, observando que el 4.0% de las personas manifiestan que siempre provocan peleas entre los miembros de la localidad, 29.0% , indican que algunas veces provocan peleas entre los miembros de la localidad, 33.0% de la población dice que casi nunca provocan peleas entre los miembros de la localidad y 34.0% de los encuestados indican que nunca

provocan peleas entre los miembros de la localidad,por tanto los medios de comunicación local en los mensajes que emiten promueven el respeto mutuo de las personas dentro de una sociedad,por ello que en Izcuchaca la radio es uno de los medios mas sintonizados en la zona y no se observa que sea un ente que provoque peleas entre miembros de su localidad .

En la siguiente tabla se detalla las opiniones acerca de si se difunden mensajes educativos, mostrando la frecuencia y los porcentajes:

TABLA 22:

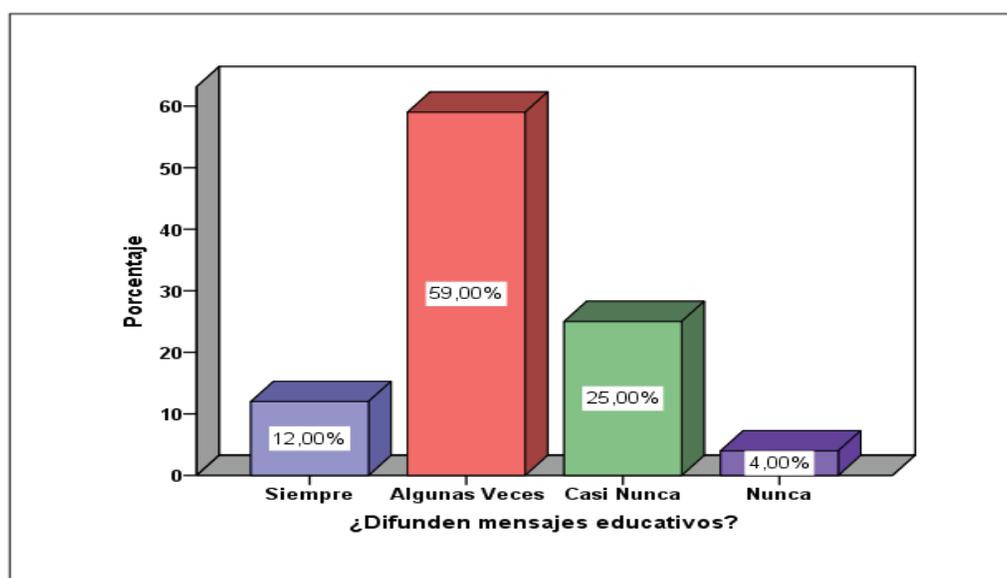
¿DIFUNDEN MENSAJES EDUCATIVOS?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 12 | 12,0 | 12,0 | 12,0 |
| | Algunas veces | 59 | 59,0 | 59,0 | 71,0 |
| | Casi nunca | 25 | 25,0 | 25,0 | 96,0 |
| | Nunca | 4 | 4,0 | 4,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

GRÁFICO 17:

¿DIFUNDEN MENSAJES EDUCATIVOS?



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- El gráfico N°17 muestra la respuesta de los encuestados en porcentajes, observando que el 12.0% manifiesta que siempre se emiten mensajes educativos, 59.0% de los encuestados indican que algunas veces se emiten mensajes educativos, 25.0% dice que casi nunca se emiten mensajes educativos y 4.0% de los encuestados indican que nunca emiten mensajes educativos, en las diferentes emisoras radiales de la localidad de Izcuchaca si se difunden mensajes educativos en relación al respeto de las costumbres ya sea en los programas deportivos o temas de salud, cuyos trabajos son realizados en alianza con las instituciones de la zona y los medios radiales.

En la siguiente tabla se detalla las opiniones acerca de si la radio se refiere a otras culturas de forma amigable, mostrando la frecuencia y los porcentajes:

TABLA 23:

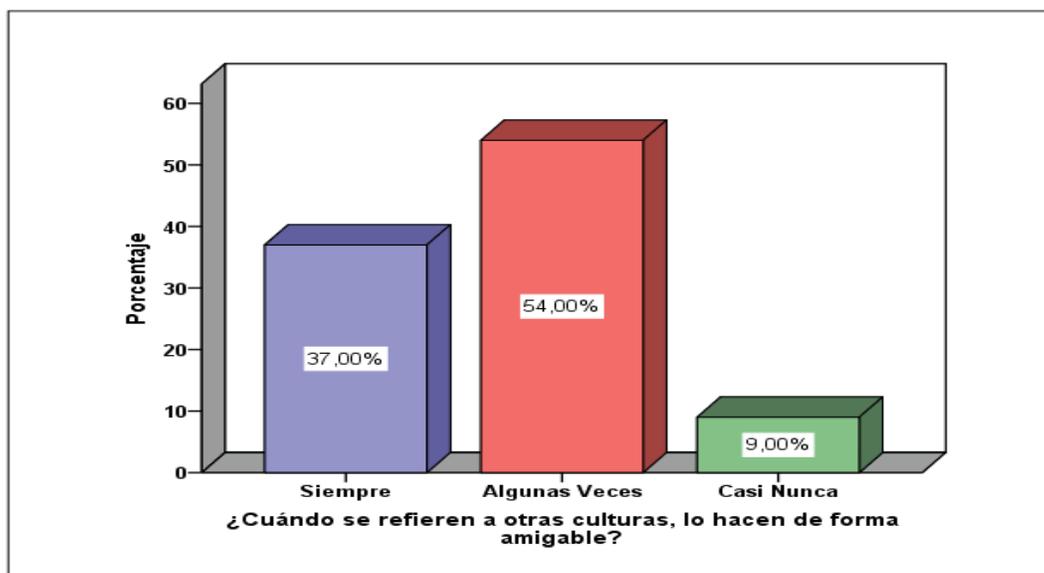
¿CUÁNDO SE REFIEREN A OTRAS CULTURAS, LO HACEN DE FORMA AMIGABLE?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 37 | 37,0 | 37,0 | 37,0 |
| | Algunas veces | 54 | 54,0 | 54,0 | 91,0 |
| | Casi nunca | 9 | 9,0 | 9,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

GRÁFICO 18:

¿CUÁNDO SE REFIEREN A OTRAS CULTURAS, LO HACEN DE FORMA AMIGABLE?



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- El gráfico N°18 muestra la respuesta de los encuestados en porcentajes, observando que el 37.0% de personas indican que la radio siempre se refiere a otras culturas de forma amigable, 54.0% de encuestados nos dice que la radio algunas veces se refiere a otras culturas de forma amigable y 9.0% de los encuestados indican que la radio casi nunca se refiere a otras culturas de forma amigable, pero la mayoría de las respuestas nos dice que los medios radiales siempre fomentan el respeto y tratan a otras culturas de forma amigable siendo tolerante a las diferentes manifestaciones culturales, las emisoras radiales de la zona difunden de manera adecuada los mensajes en referencia a otras culturas o personas.

En la siguiente tabla se detalla las opiniones acerca de si la radio promueve el respeto a ciudadanos de otras regiones mostrando la frecuencia y los porcentajes:

TABLA 24:

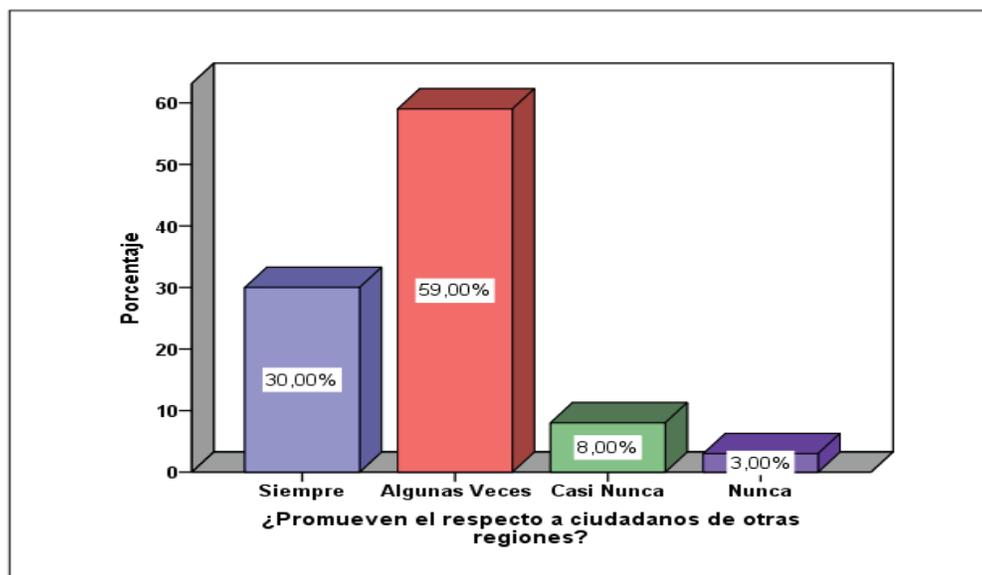
¿PROMUEVEN EL RESPETO A CIUDADANOS DE OTRAS REGIONES?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 30 | 30,0 | 30,0 | 30,0 |
| | Algunas Veces | 59 | 59,0 | 59,0 | 89,0 |
| | Casi nunca | 8 | 8,0 | 8,0 | 97,0 |
| | Nunca | 3 | 3,0 | 3,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

GRÁFICO 19:

¿PROMUEVEN EL RESPETO A CIUDADANOS DE OTRAS REGIONES?



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- El gráfico N°19 muestra la respuesta de los encuestados en porcentajes, observando que el 59% de los encuestados manifiesta que los medios de radiales si difunden la promoción de respeto a otros ciudadanos de otras regiones, seguido de un porcentaje menor que dice no promueve el respeto, por tanto la radio en la localidad de Izcuchaca si realiza una difusión positiva en cuanto al respeto a personas de otras regiones,

los medios radiales de Anta en la difusión de sus mensajes practican y promueven el respeto a otras culturas o personas que no sean de la zona.

TABLA 25:

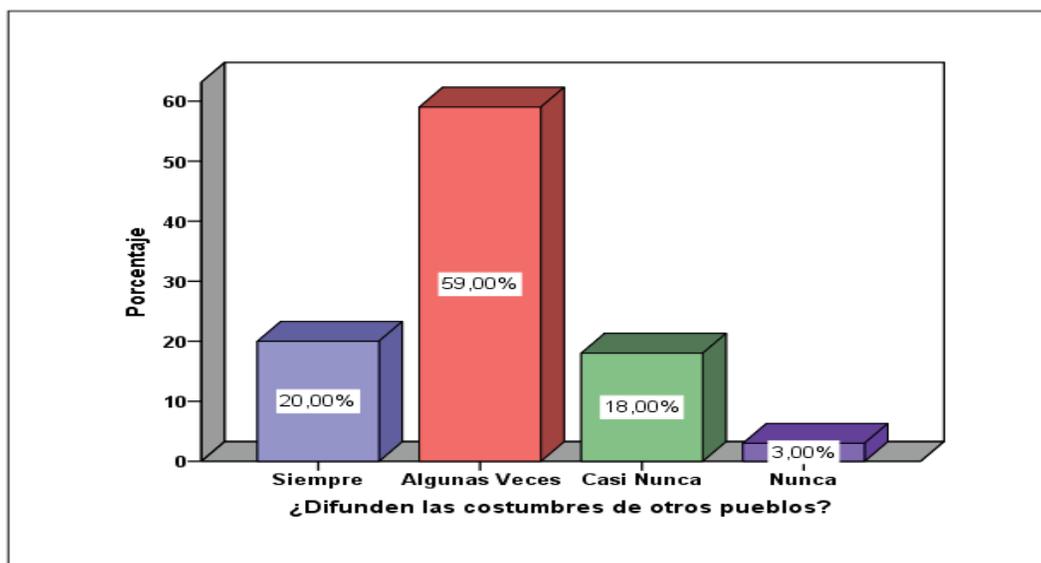
¿DIFUNDEN LAS COSTUMBRES DE OTROS PUEBLOS?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 20 | 20,0 | 20,0 | 20,0 |
| | Algunas veces | 59 | 59,0 | 59,0 | 79,0 |
| | Casi nunca | 18 | 18,0 | 18,0 | 97,0 |
| | Nunca | 3 | 3,0 | 3,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

GRÁFICO 20:

¿DIFUNDEN LAS COSTUMBRES DE OTROS PUEBLOS?



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- El gráfico N°20, nos muestra que los medios radiales de Anta si difunde en sus diferentes programas las costumbres de otros pueblos, como vemos en el

gráfico un 59 % de los encuestados nos dice que si se difunden las costumbre de otros regiones, seguido de un porcentaje menor con repuestas negativos, las radios de la provincia de Anta son mediadores para la difusión de mensajes con respecto a las manifestaciones culturales de otras regiones o pueblos de nuestro Perú profundo, por tanto en la población anteña la difusión de las costumbres de otras culturas es necesaria para el desarrollo social de la población .

En la siguiente tabla se detalla las opiniones acerca de si se difunde música de otras regiones del Perú, mostrando la frecuencia y los porcentajes:

TABLA 26:

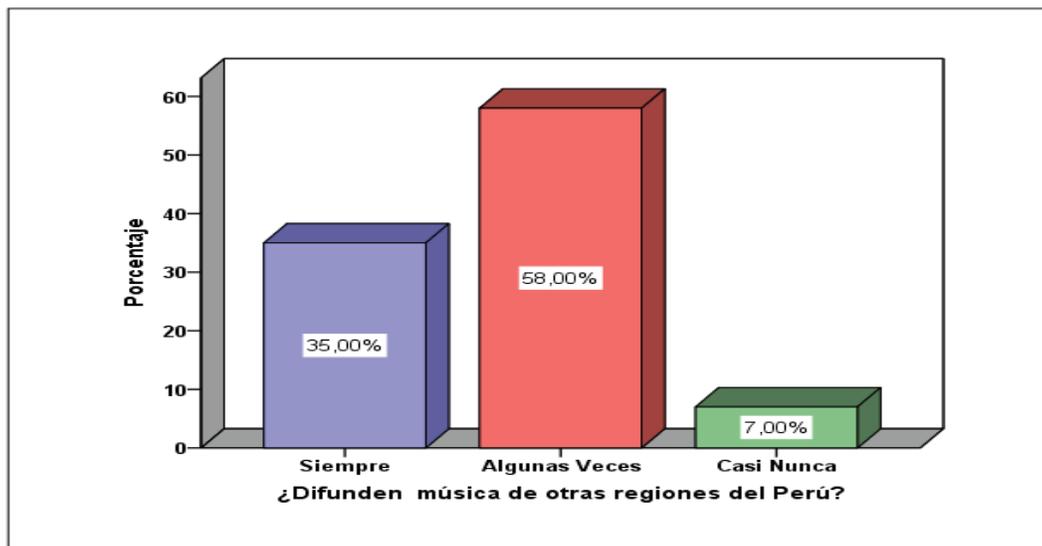
¿DIFUNDEN MÚSICA DE OTRAS REGIONES DEL PERÚ?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 35 | 35,0 | 35,0 | 35,0 |
| | Algunas veces | 58 | 58,0 | 58,0 | 93,0 |
| | Casi nunca | 7 | 7,0 | 7,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

GRÁFICO 21:

¿DIFUNDEN MÚSICA DE OTRAS REGIONES DEL PERÚ?



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- El gráfico N°21 muestra la respuesta de los encuestados en porcentajes, observando que el 35.0% de los encuestados indican que siempre difunden música de otras regiones del Perú, 58.0% indican que algunas veces difunden música de otras regiones del Perú y 7.0% mencionan que nunca difunden música de otras regiones del Perú, por lo tanto los medios radiales de Izcuchaca transmiten música de otras regiones ya que es una forma realizar la interacción con otras culturas y de esta manera se puede conocer a través de la música la realidad de otros pueblos.

TABLA 27:

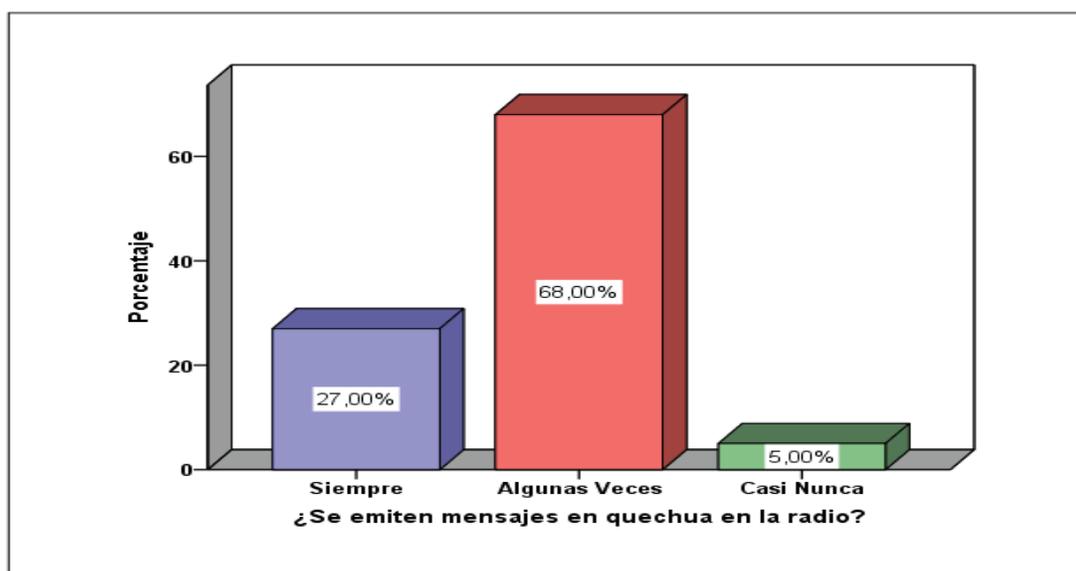
¿SE EMITEN MENSAJES EN QUECHUA EN LA RADIO?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 27 | 27,0 | 27,0 | 27,0 |
| | Algunas veces | 68 | 68,0 | 68,0 | 95,0 |
| | Casi nunca | 5 | 5,0 | 5,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

GRÁFICO 22:

¿SE EMITEN MENSAJES EN QUECHUA EN LA RADIO?



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- El gráfico N°22 muestra la respuesta de los encuestados acerca de si se emiten mensajes en quechua, observando que el 27.0% de los pobladores indican que siempre emiten mensajes en quechua en la radio, 68.0% de las personas que fueron encuestados manifiestan, que algunas veces emiten mensajes en quechua en la radio y 5.0% de los encuestados indican que casi nunca emiten mensajes en quechua en la radio, en la provincia de Anta es muy importante promover el idioma quechua ya que la mayoría de la población es quechua hablante por tanto en las programaciones de los medios radiales se debe considerar fragmentos en este idioma, se observa que si hay algunos medios radiales que transmiten programas en quechua como es Radio Impacto que considera que a través de difusión del idioma quechua revaloriza la cultura y la interculturalidad.

En la siguiente tabla se detalla las opiniones acerca de si se difunden las costumbres de su localidad, mostrando la frecuencia y los porcentajes:

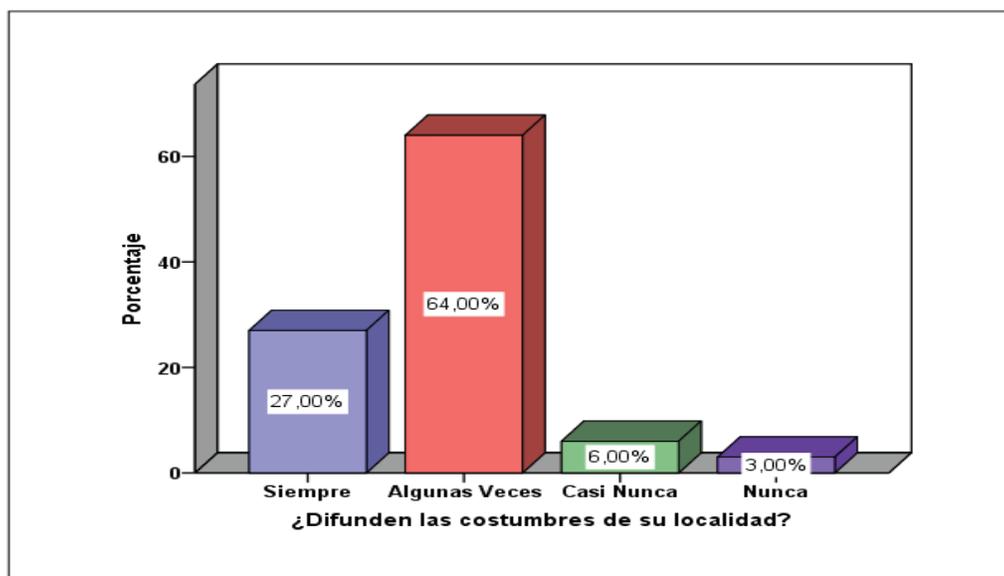
TABLA 28:

¿DIFUNDEN LAS COSTUMBRES DE SU LOCALIDAD?

| ¿Difunden las costumbres de su localidad? | | | | | |
|--|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Siempre | 27 | 27,0 | 27,0 | 27,0 |
| | Algunas veces | 64 | 64,0 | 64,0 | 91,0 |
| | Casi nunca | 6 | 6,0 | 6,0 | 97,0 |
| | Nunca | 3 | 3,0 | 3,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

GRÁFICO 23:
 ¿DIFUNDEN LAS COSTUMBRES DE SU LOCALIDAD?



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- El gráfico N°23 muestra la respuesta de los encuestados en porcentajes, observando que el 27.0% de los encuestados indican que siempre difunden las costumbre de su localidad, 64.0% de los encuestados indican que algunas veces difunden las costumbre de su localidad, 6.0% de los encuestados indican que casi nunca difunden las costumbre de su localidad y 3.0% de los encuestados indican que nunca difunden las costumbre de su localidad, la difusión de las costumbres de una población es muy importante por eso los medios radiales de Izcuchaca si difunden las costumbres de esta zona ya sea a través de la música o mediante otros formatos con el que trabaja cada medio de comunicación, los radios de este lugar consideran que difundir las costumbres de Anta ayudan a que este lugar tenga un crecimiento en el desarrollo cultural y económico.

En la siguiente tabla se detalla las opiniones acerca de si se difunden los eventos culturales que se realizan en su localidad, mostrando la frecuencia y los porcentajes:

TABLA 29:

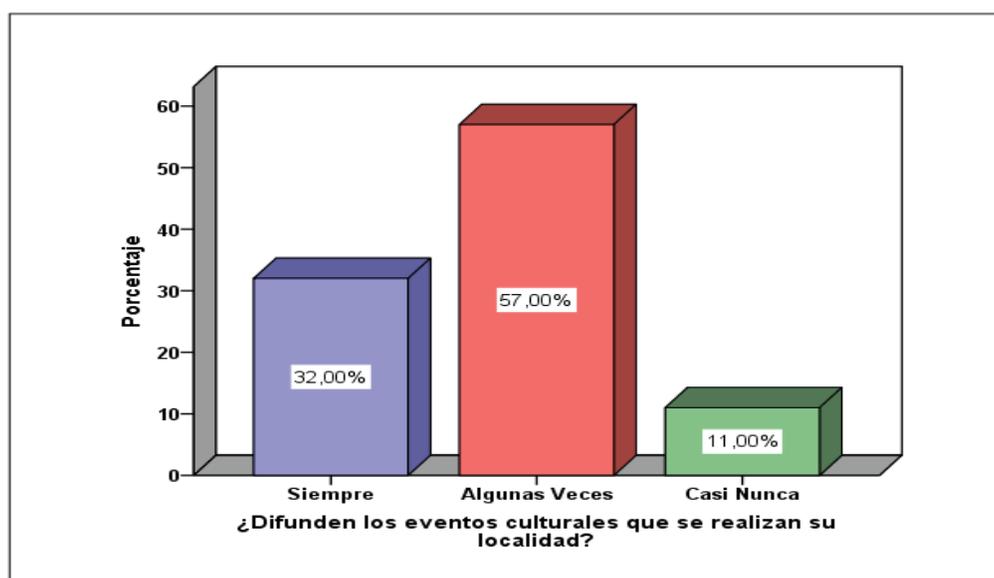
¿DIFUNDEN LOS EVENTOS CULTURALES QUE SE REALIZAN SU LOCALIDAD?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 32 | 32,0 | 32,0 | 32,0 |
| | Algunas veces | 57 | 57,0 | 57,0 | 89,0 |
| | Casi nunca | 11 | 11,0 | 11,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

GRÁFICO 24:

¿DIFUNDEN LOS EVENTOS CULTURALES QUE SE REALIZAN SU LOCALIDAD?



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- El gráfico N°24 muestra la respuesta de los encuestados en porcentajes, observando que 32.0% de los encuestados indican que siempre se difunden los eventos culturales que se realizan en su localidad, 57.0% de los encuestados indican que algunas veces difunden los eventos culturales que se realizan en su localidad y 11.0% de los encuestados indican que casi nunca difunden los eventos culturales que se realizan en su localidad, la radio como medio de comunicación con mayor cobertura es una excelente herramienta para transmitir mensajes que difunda los diferentes eventos culturales de una

localidad, por ello es necesario la difusión de las diferentes actividades que se dan en la zona, por esta razón la cobertura de dichos eventos por una radio es muy importante y necesaria para que la población siempre está enterada de las actividades que se realiza en Izcuchaca.

En la siguiente tabla se detalla las opiniones acerca de si se difunde música de la zona, mostrando la frecuencia y los porcentajes:

TABLA 30:

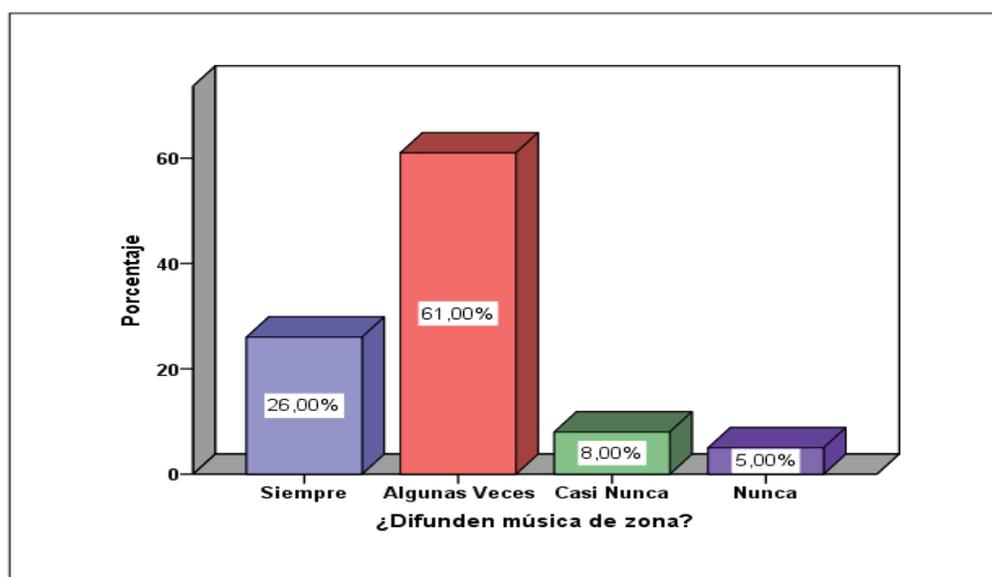
¿DIFUNDEN MÚSICA DE LA ZONA?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 26 | 26,0 | 26,0 | 26,0 |
| | Algunas veces | 61 | 61,0 | 61,0 | 87,0 |
| | Casi nunca | 8 | 8,0 | 8,0 | 95,0 |
| | Nunca | 5 | 5,0 | 5,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

GRÁFICO 25:

¿DIFUNDEN MÚSICA DE LA ZONA?



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN. - El gráfico N°25 muestra la respuesta de los encuestados en porcentajes, observando que el 61.0% de los encuestados indican que algunas veces difunden música de la zona, la mayor parte de los encuestados manifiesta que si se difunde música de la zona, las radios de este pueblo dan mayor preferencia a la musica del lugar por ello manifiestan que es una manera de promover la identidad cultural de la zona, pero no dejando de lado la musica de otros lugares.

TABLA 31:

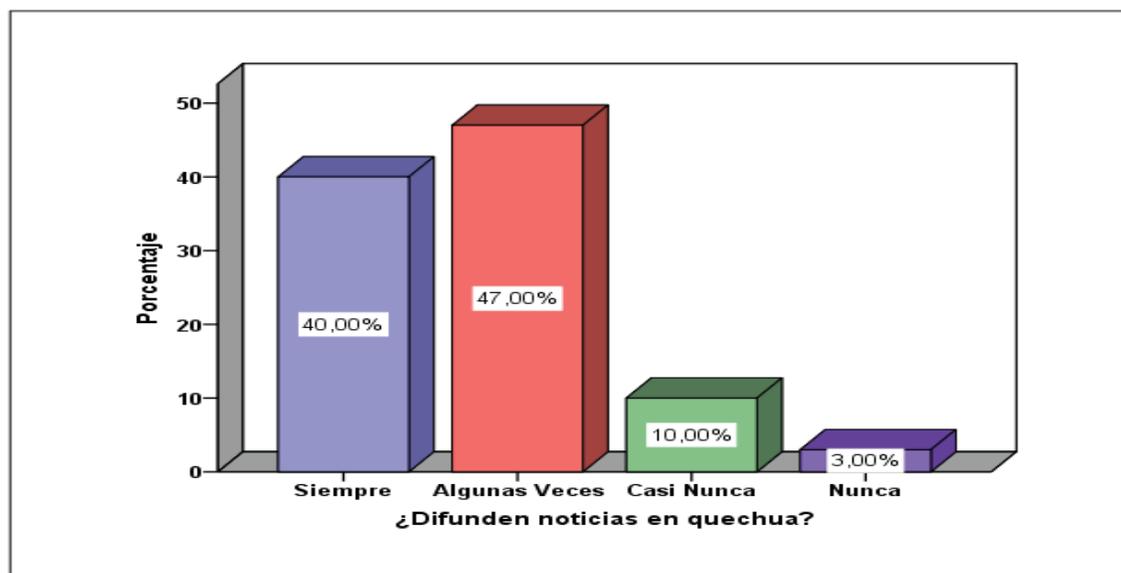
¿DIFUNDEN NOTICIAS EN EL IDIOMA QUECHUA?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 40 | 40,0 | 40,0 | 40,0 |
| | Algunas veces | 47 | 47,0 | 47,0 | 87,0 |
| | Casi nunca | 10 | 10,0 | 10,0 | 97,0 |
| | Nunca | 3 | 3,0 | 3,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

GRÁFICO 26:

¿DIFUNDEN NOTICIAS EN EL IDIOMA QUECHUA?



Fuente: Elaboración Propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- El gráfico N°26 muestra la respuesta de los encuestados en porcentajes, observando que el 40.0% de los encuestados indican que siempre difunden noticias en quechua, 47.0% de los encuestados indican que algunas veces difunden noticias en quechua, 10.0% los encuestados de indican que casi nunca difunden noticias en quechua y 3.0% de los encuestados indican que nunca se difunden noticias en quechua, la difusión de las noticias en el idioma quechua es muy importante ya que la población anteña es quechua hablante por tanto la información es más eficiente y hace que los oyentes se identifiquen con el idioma quechua, de esa manera conocer el acontecer de los hechos que se suscitan en la zona es más fácil de entender para el público oyente.

3.2 Tablas de contingencia

La tabla N°32 muestra la relación entre los programas que escucha la población y si la voz del locutor se escucha claramente

TABLA 32:

RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LA VOZ DEL LOCUTOR

| ¿La voz del locutor se escucha claramente? | | ¿Qué es lo que le gusta escuchar en la radio? | | | | | | | | | | Total | |
|--|---------------|---|--------|-----------|--------|----------|--------|--------|--------|------------------|--------|-------|--------|
| | | Programa educativo cultural | | Noticiero | | Deportes | | Avisos | | Programa musical | | | |
| | | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | | |
| | Siempre | 8 | 53,3% | 15 | 55,6% | 4 | 40,0% | 3 | 42,9% | 19 | 46,3% | 49 | 49,0% |
| | Algunas veces | 7 | 46,7% | 12 | 44,4% | 5 | 50,0% | 4 | 57,1% | 21 | 51,2% | 49 | 49,0% |
| | Casi nunca | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 10,0% | 0 | 0,0% | 1 | 2,4% | 2 | 2,0% |
| Total | | 15 | 100,0% | 27 | 100,0% | 10 | 100,0% | 7 | 100,0% | 41 | 100,0% | 100 | 100,0% |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- En la tabla anterior, se puede observar que la población tiene una apreciación positiva en cuanto a la voz del locutor obteniendo siempre y algunas veces

porcentajes mayores al 50% y consolidado del 98%, esto nos indica que existe una clara expresión por parte del locutor y por ende un buen entendimiento de los mensajes que se transmite en los medios radiales de Izcuchaca – Anta, el tema de la promoción de la interculturalidad se puede plantear en beneficio del desarrollo de dicha localidad.

TABLA 33:

RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LA COMPRESIÓN DE LOS MENSAJES EMITIDOS

| ¿Comprende usted los mensajes emitidos? | ¿Qué es lo que le gusta escuchar en la radio? | | | | | | | | | | Total | |
|---|---|--------|-----------|--------|----------|--------|--------|--------|------------------|--------|-------|--------|
| | Programa educativo cultural | | Noticiero | | Deportes | | Avisos | | Programa musical | | | |
| | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % |
| Siempre | 5 | 33,3% | 12 | 44,4% | 4 | 40,0% | 2 | 28,6% | 9 | 22,0% | 32 | 32,0% |
| Algunas veces | 10 | 66,7% | 15 | 55,6% | 5 | 50,0% | 2 | 28,6% | 27 | 65,9% | 59 | 59,0% |
| Casi nunca | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 10,0% | 2 | 28,6% | 4 | 9,8% | 7 | 7,0% |
| Nunca | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 14,3% | 1 | 2,4% | 2 | 2,0% |
| Total | 15 | 100,0% | 27 | 100,0% | 10 | 100,0% | 7 | 100,0% | 41 | 100,0% | 100 | 100,0% |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018

INTERPRETACIÓN.-En la tabla anterior, se puede observar que la población tiene una apreciación positiva en cuanto a la comprensión de los mensajes emitidos obteniendo algunas veces porcentajes que superan el 50% y un consolidado del 59% que nos indica que la información que se quiere difundir en la radio se percibe algunas veces de manera correcta, esta situación se puede dar por motivos que en algunas medios radiales no se maneja el formato del idioma quechua puesto que la provincia de Anta es una población netamente quechuahablante.

TABLA 34:

RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LA EXISTENCIA DE ALGUNA PALABRA QUE NO ENTIENDE

| ¿Existe alguna palabra que no entiende en los mensajes? | | ¿Qué es lo que le gusta escuchar en la radio? | | | | | | | | | | Total | |
|---|--|---|--------|-----------|--------|----------|--------|--------|--------|------------------|--------|-------|--------|
| | | Programa educativo cultural | | Noticiero | | Deportes | | Avisos | | Programa musical | | | |
| | | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | | |
| Siempre | | 4 | 26,7% | 4 | 14,8% | 2 | 20,0% | 1 | 14,3% | 5 | 12,2% | 16 | 16,0% |
| Algunas veces | | 11 | 73,3% | 16 | 59,3% | 6 | 60,0% | 3 | 42,9% | 30 | 73,2% | 66 | 66,0% |
| Casi nunca | | 0 | 0,0% | 4 | 14,8% | 2 | 20,0% | 2 | 28,6% | 4 | 9,8% | 12 | 12,0% |
| Nunca | | 0 | 0,0% | 3 | 11,1% | 0 | 0,0% | 1 | 14,3% | 2 | 4,9% | 6 | 6,0% |
| Total | | 15 | 100,0% | 27 | 100,0% | 10 | 100,0% | 7 | 100,0% | 41 | 100,0% | 100 | 100,0% |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- En la tabla anterior, se puede observar que la población tiene una apreciación contraria, debido a que se observa porcentajes superiores al 50% y un consolidado del 66% de los encuestados que algunas veces encuentran palabras que no se entienden en los mensajes emitidos, lo que puede llevarnos a creer que los mensajes emitidos podrían no comprenderse de manera correcta, esta situación se aprecia porque que el locutor alguna veces utiliza términos científicos, ya que los mensajes que transmiten en la radio debe ser términos claros y sencillos para que los oyentes puedan entender de manera fácil todos los mensajes transmitidos por una emisora radial.

TABLA 35:

RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LA EXISTENCIA DE ALGUNA PARTE DE LOS MENSAJES QUE NO LE GUSTA

| ¿Hay alguna parte de los mensajes que no le gusta? | | ¿Qué es lo que le gusta escuchar en la radio? | | | | | | | | | | Total | |
|--|---------------|---|--------|-----------|--------|----------|--------|--------|--------|------------------|--------|-------|--------|
| | | Programa educativo cultural | | Noticiero | | Deportes | | Avisos | | Programa musical | | | |
| | | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | | |
| | Siempre | 2 | 13,3% | 6 | 22,2% | 2 | 20,0% | 2 | 28,6% | 7 | 17,1% | 19 | 19,0% |
| | Algunas veces | 10 | 66,7% | 12 | 44,4% | 6 | 60,0% | 4 | 57,1% | 26 | 63,4% | 58 | 58,0% |
| | Casi nunca | 3 | 20,0% | 8 | 29,6% | 2 | 20,0% | 1 | 14,3% | 5 | 12,2% | 19 | 19,0% |
| | Nunca | 0 | 0,0% | 1 | 3,7% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 3 | 7,3% | 4 | 4,0% |
| Total | | 15 | 100,0% | 27 | 100,0% | 10 | 100,0% | 7 | 100,0% | 41 | 100,0% | 100 | 100,0% |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- En la tabla anterior, se puede observar que la población encuentra parte de la programación desagradable encontrándose porcentajes mayores al 50% y un consolidado del 58% de los encuestados indica que el contenido a difundirse en la radio es inadecuado, por lo tanto, no influenciara positivamente en el comportamiento de los pobladores de Izcuchaca, estos casos se observan cuando algunos medios radiales se politizan y se parcializan a cierto partido político y hace de que la población tenga una percepción negativa de algunos mensajes que transmiten en la radio.

TABLA 36:

RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LA PRÁCTICA DE LOS CONSEJOS QUE ESCUCHA EN LA RADIO

| ¿Pone en práctica los consejos que escucha en la radio? | | ¿Qué es lo que le gusta escuchar en la radio? | | | | | | | | | | Total | |
|---|--|---|--------|-----------|--------|----------|--------|--------|--------|------------------|--------|-------|--------|
| | | Programa educativo cultural | | Noticiero | | Deportes | | Avisos | | Programa musical | | | |
| | | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | | |
| Siempre | | 3 | 20,0% | 6 | 22,2% | 2 | 20,0% | 1 | 14,3% | 4 | 9,8% | 16 | 16,0% |
| Algunas veces | | 6 | 40,0% | 15 | 55,6% | 7 | 70,0% | 4 | 57,1% | 21 | 51,2% | 53 | 53,0% |
| Casi nunca | | 5 | 33,3% | 2 | 7,4% | 1 | 10,0% | 1 | 14,3% | 12 | 29,3% | 21 | 21,0% |
| Nunca | | 1 | 6,7% | 4 | 14,8% | 0 | 0,0% | 1 | 14,3% | 4 | 9,8% | 10 | 10,0% |
| Total | | 15 | 100,0% | 27 | 100,0% | 10 | 100,0% | 7 | 100,0% | 41 | 100,0% | 100 | 100,0% |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- En la tabla anterior, se puede observar que la población algunas veces pone en práctica los consejos que escucha en la radio debido a que se observa porcentajes superiores al 50% y un consolidado de 53% de los encuestados, sin embargo, en los programas culturales educativos no se encuentra una clara intención de poner en práctica los consejos dados, teniendo una media influencia en la población oyente debido a que los medios radiales en Anta en su mayoría son de corte publicitario y no transmiten mensajes educativos para que la población ponga en práctica, pero se observar que algunos casos si pone en práctica los mensajes educativos.

TABLA 37:

RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LOS PROGRAMAS LE AYUDAN A CONOCER LA REALIDAD DE SU LOCALIDAD

| ¿Los programas que escucha le ayudan a conocer la realidad de su localidad? | | ¿Qué es lo que le gusta escuchar en la radio? | | | | | | | | | | Total | |
|---|---------------|---|--------|-----------|--------|----------|--------|--------|--------|------------------|--------|-------|--------|
| | | Programa educativo cultural | | Noticiero | | Deportes | | Avisos | | Programa musical | | | |
| | | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | | |
| | Siempre | 3 | 20,0% | 9 | 33,3% | 3 | 30,0% | 1 | 14,3% | 6 | 14,6% | 22 | 22,0% |
| | Algunas veces | 9 | 60,0% | 17 | 63,0% | 5 | 50,0% | 5 | 71,4% | 26 | 63,4% | 62 | 62,0% |
| | Casi nunca | 3 | 20,0% | 1 | 3,7% | 2 | 20,0% | 1 | 14,3% | 7 | 17,1% | 14 | 14,0% |
| | Nunca | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 2 | 4,9% | 2 | 2,0% |
| Total | | 15 | 100,0% | 27 | 100,0% | 10 | 100,0% | 7 | 100,0% | 41 | 100,0% | 100 | 100,0% |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- En la tabla anterior, se puede observar que la población tiene una apreciación positiva respecto a si los programas le ayudan a conocer la realidad de su localidad, obteniendo algunas veces un porcentaje igual o superior al 50% y un consolidado de 62% que indica la utilidad de la radio para la difusión de información relevante de la localidad, siendo la radio uno de los medios con mayor alcance, llegando a los lugares más lejanos del país hace de que en los mensajes que transmite se conozca la realidad de la localidad de la provincia de Anta.

TABLA 38:

RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LA EMISIÓN DE MENSAJES CON AGRESIONES A OTRAS PERSONAS (INSULTOS)

| ¿Emiten mensajes con agresiones a otras personas (insultos)? | | ¿Qué es lo que le gusta escuchar en la radio? | | | | | | | | | | Total | |
|--|---------------|---|--------|-----------|--------|----------|--------|--------|--------|------------------|--------|-------|--------|
| | | Programa educativo cultural | | Noticiero | | Deportes | | Avisos | | Programa musical | | | |
| | | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | | |
| | Siempre | 0 | 0,0% | 2 | 7,4% | 1 | 10,0% | 0 | 0,0% | 2 | 4,9% | 5 | 5,0% |
| | Algunas veces | 3 | 20,0% | 4 | 14,8% | 2 | 20,0% | 1 | 14,3% | 11 | 26,8% | 21 | 21,0% |
| | Casi nunca | 5 | 33,3% | 8 | 29,6% | 6 | 60,0% | 2 | 28,6% | 13 | 31,7% | 34 | 34,0% |
| | Nunca | 7 | 46,7% | 13 | 48,1% | 1 | 10,0% | 4 | 57,1% | 15 | 36,6% | 40 | 40,0% |
| Total | | 15 | 100,0% | 27 | 100,0% | 10 | 100,0% | 7 | 100,0% | 41 | 100,0% | 100 | 100,0% |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN. - En la tabla anterior, se puede observar que la población no encuentra mensajes con agresiones hacia las personas, obteniendo la opción nunca un porcentaje mayor al 50% y un consolidado del 40%, sin embargo, en cuanto a los programas deportivos el 60% de los encuestados indica que casi nunca se emiten mensajes con agresiones, por consiguiente la población no percibe que en los medios radiales se transmita mensajes con agresiones a otras personas.

TABLA 39:

RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y SI PROVOCAN PELEAS ENTRE MIEMBROS DE SU LOCALIDAD

| ¿Provocan peleas entre miembros de su localidad? | | ¿Qué es lo que le gusta escuchar en la radio? | | | | | | | | | | Total | |
|--|----|---|----|-----------|----|----------|---|--------|----|------------------|-----|--------|--|
| | | Programa educativo cultural | | Noticiero | | Deportes | | Avisos | | Programa musical | | | |
| | | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | | |
| Siempre | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 4 | 9,8% | 4 | 4,0% | |
| Algunas veces | 5 | 33,3% | 6 | 22,2% | 2 | 20,0% | 0 | 0,0% | 16 | 39,0% | 29 | 29,0% | |
| Casi nunca | 3 | 20,0% | 10 | 37,0% | 6 | 60,0% | 5 | 71,4% | 9 | 22,0% | 33 | 33,0% | |
| Nunca | 7 | 46,7% | 11 | 40,7% | 2 | 20,0% | 2 | 28,6% | 12 | 29,3% | 34 | 34,0% | |
| Total | 15 | 100,0% | 27 | 100,0% | 10 | 100,0% | 7 | 100,0% | 41 | 100,0% | 100 | 100,0% | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- En la tabla anterior, se puede observar que los programas radiales tienen los porcentajes más altos en la opción nunca en relación a si provocan peleas entre los miembros de su localidad, sin embargo, la opción casi nunca supera el 50% en los programas deportivos y en los avisos, en cuanto a los programas musicales el 39% indica que algunas veces realizan esta actividad, por consiguiente en la provincia de Anta, los medios radiales no transmiten mensajes que provoquen peleas entre los integrantes de la misma .

TABLA 40:

RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LA DIFUSIÓN DE MENSAJES EDUCATIVOS

| ¿Difunden mensajes educativos? | | ¿Qué es lo que le gusta escuchar en la radio? | | | | | | | | | | Total | |
|--------------------------------|--|---|--------|-----------|--------|----------|--------|--------|--------|------------------|--------|-------|--------|
| | | Programa educativo cultural | | Noticiero | | Deportes | | Avisos | | Programa musical | | | |
| | | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | | |
| Siempre | | 4 | 26,7% | 1 | 3,7% | 0 | 0,0% | 2 | 28,6% | 5 | 12,2% | 12 | 12,0% |
| Algunas veces | | 6 | 40,0% | 20 | 74,1% | 5 | 50,0% | 3 | 42,9% | 25 | 61,0% | 59 | 59,0% |
| Casi nunca | | 4 | 26,7% | 6 | 22,2% | 5 | 50,0% | 2 | 28,6% | 8 | 19,5% | 25 | 25,0% |
| Nunca | | 1 | 6,7% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 3 | 7,3% | 4 | 4,0% |
| Total | | 15 | 100,0% | 27 | 100,0% | 10 | 100,0% | 7 | 100,0% | 41 | 100,0% | 100 | 100,0% |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- En la tabla anterior, se puede observar que la población percibe la difusión de mensajes educativos de los programas que escucha, obteniendo algunas veces un porcentaje igual o superior al 50% y un acumulado del 59% en la opinión de los encuestados, sin embargo en cuanto a los programas educativos culturales y los avisos se muestra una distribución más baja que no supera el 50% en la difusión de mensajes educativos, observando que las emisoras radiales si difunden mensajes educativos para que la población escuche y ponga en práctica en beneficio de optar pensamientos de cambio para el desarrollo de una sociedad.

TABLA 41:

RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y SI SE REFIEREN A OTRAS CULTURAS DE FORMA AMIGABLE

| ¿Cuándo se refieren a otras culturas, lo hacen de forma amigable? | | ¿Qué es lo que le gusta escuchar en la radio? | | | | | | | | | | Total | |
|---|----|---|----|-----------|----|----------|---|--------|----|------------------|-----|--------|--|
| | | Programa educativo cultural | | Noticiero | | Deportes | | Avisos | | Programa musical | | | |
| | | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | | |
| Siempre | 3 | 20,0% | 14 | 51,9% | 5 | 50,0% | 1 | 14,3% | 14 | 34,1% | 37 | 37,0% | |
| Algunas veces | 10 | 66,7% | 13 | 48,1% | 4 | 40,0% | 5 | 71,4% | 22 | 53,7% | 54 | 54,0% | |
| Casi nunca | 2 | 13,3% | 0 | 0,0% | 1 | 10,0% | 1 | 14,3% | 5 | 12,2% | 9 | 9,0% | |
| Total | 15 | 100,0% | 27 | 100,0% | 10 | 100,0% | 7 | 100,0% | 41 | 100,0% | 100 | 100,0% | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- En la tabla anterior, la población percibe que la radio se refiere a otras culturas de manera amigable, obteniendo las opciones “siempre y algunas veces” un porcentaje igual o superior al 50% con un acumulado del 54%, esto nos indica que el 91% tiene una apreciación positiva respecto a la actitud de los programas radiales en cuanto al respeto de la interculturalidad, en la provincia de Anta se observa que tanto la población como los medios radiales siempre mantienen el respeto por otras personas ya sea de las diferentes manifestaciones culturales que se dan en la población.

TABLA 42:

RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LA PROMOCIÓN DEL RESPETO A CIUDADANOS DE OTRAS REGIONES

| ¿Promueven el respeto a ciudadanos de otras regiones? | | ¿Qué es lo que le gusta escuchar en la radio? | | | | | | | | | | Total | |
|---|----|---|----|-----------|----|----------|---|--------|----|------------------|-----|--------|--|
| | | Programa educativo cultural | | Noticiero | | Deportes | | Avisos | | Programa musical | | | |
| | | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | | |
| Siempre | 4 | 26,7% | 9 | 33,3% | 4 | 40,0% | 3 | 42,9% | 10 | 24,4% | 30 | 30,0% | |
| Algunas veces | 10 | 66,7% | 16 | 59,3% | 5 | 50,0% | 4 | 57,1% | 24 | 58,5% | 59 | 59,0% | |
| Casi nunca | 1 | 6,7% | 0 | 0,0% | 1 | 10,0% | 0 | 0,0% | 6 | 14,6% | 8 | 8,0% | |
| Nunca | 0 | 0,0% | 2 | 7,4% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 2,4% | 3 | 3,0% | |
| Total | 15 | 100,0% | 27 | 100,0% | 10 | 100,0% | 7 | 100,0% | 41 | 100,0% | 100 | 100,0% | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- En la tabla anterior, la población percibe que la radio promueve el respeto a ciudadanos de otras regiones, obteniendo la opción algunas veces un porcentaje igual o superior al 50% y un acumulado del 59% en los diferentes programas radiales, esto nos indica que existe una apreciación positiva en cuanto a la promoción del respeto y por ende, la tolerancia a la interculturalidad, las emisoras radiales en sus diferentes mensajes si promueve el respeto, la tolerancia a otras personas de diferentes culturas, de esa manera se percibe que en Izcuchaca – Anta se desarrolla la interculturalidad de manera favorable.

TABLA 43:

RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y DIFUSIÓN LAS COSTUMBRES DE OTROS PUEBLOS

| ¿Difunden las costumbres de otros pueblos? | | ¿Qué es lo que le gusta escuchar en la radio? | | | | | | | | | | Total | |
|--|----|---|----|-----------|----|----------|---|--------|----|------------------|-----|--------|--|
| | | Programa educativo cultural | | Noticiero | | Deportes | | Avisos | | Programa musical | | | |
| | | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | | |
| Siempre | 2 | 13,3% | 5 | 18,5% | 3 | 30,0% | 2 | 28,6% | 8 | 19,5% | 20 | 20,0% | |
| Algunas veces | 10 | 66,7% | 14 | 51,9% | 5 | 50,0% | 4 | 57,1% | 26 | 63,4% | 59 | 59,0% | |
| Casi nunca | 3 | 20,0% | 6 | 22,2% | 2 | 20,0% | 0 | 0,0% | 7 | 17,1% | 18 | 18,0% | |
| Nunca | 0 | 0,0% | 2 | 7,4% | 0 | 0,0% | 1 | 14,3% | 0 | 0,0% | 3 | 3,0% | |
| Total | 15 | 100,0% | 27 | 100,0% | 10 | 100,0% | 7 | 100,0% | 41 | 100,0% | 100 | 100,0% | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- En la tabla anterior, la población percibe que la radio difunde las costumbres de otros pueblos, obteniendo la opción algunas veces un porcentaje igual o superior al 50% en los diferentes programas radiales, esto nos indica que el 59% tiene una apreciación positiva en cuanto a la promoción de las costumbres de otros pueblos difundiendo la interculturalidad, asimismo podemos apreciar que en Anta se difunde las costumbres de otros pueblos de manera amigable en los diferentes segmentos de una emisora radial.

TABLA 44:

RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y DIFUSIÓN MÚSICA DE OTRAS REGIONES DEL PERÚ

| ¿Difunden música de otras regiones del Perú? | | ¿Qué es lo que le gusta escuchar en la radio? | | | | | | | | | | Total | |
|--|----|---|----|-----------|----|----------|---|--------|----|------------------|-----|--------|--|
| | | Programa educativo cultural | | Noticiero | | Deportes | | Avisos | | Programa musical | | | |
| | | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | | |
| Siempre | 4 | 26,7% | 6 | 22,2% | 3 | 30,0% | 3 | 42,9% | 19 | 46,3% | 35 | 35,0% | |
| Algunas veces | 10 | 66,7% | 19 | 70,4% | 5 | 50,0% | 4 | 57,1% | 20 | 48,8% | 58 | 58,0% | |
| Casi nunca | 1 | 6,7% | 2 | 7,4% | 2 | 20,0% | 0 | 0,0% | 2 | 4,9% | 7 | 7,0% | |
| Total | 15 | 100,0% | 27 | 100,0% | 10 | 100,0% | 7 | 100,0% | 41 | 100,0% | 100 | 100,0% | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- En la tabla anterior, la población percibe que la radio difunde la música de otras regiones del Perú, obteniendo la opción algunas veces un porcentaje igual o superior al 50% y un acumulado del 58% en los diferentes programas radiales, sin embargo, en los programas musicales no se alcanza el porcentaje de aprobación en cuanto a la promoción de la música de otras culturas, entonces este fenómeno se da porque en los diferentes medios radiales se prefiere más la música local sin dejar de lado la difusión de la música de otras regiones.

TABLA 45:

RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LA EMISIÓN MENSAJES EN QUECHUA EN LA RADIO

| ¿Se emiten mensajes en quechua en la radio? | | ¿Qué es lo que le gusta escuchar en la radio? | | | | | | | | | | Total | |
|---|----|---|----|-----------|----|----------|---|--------|----|------------------|-----|--------|--|
| | | Programa educativo cultural | | Noticiero | | Deportes | | Avisos | | Programa musical | | | |
| | | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | | |
| Siempre | 3 | 20,0% | 5 | 18,5% | 4 | 40,0% | 2 | 28,6% | 13 | 31,7% | 27 | 27,0% | |
| Algunas veces | 12 | 80,0% | 22 | 81,5% | 5 | 50,0% | 5 | 71,4% | 24 | 58,5% | 68 | 68,0% | |
| Casi nunca | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 10,0% | 0 | 0,0% | 4 | 9,8% | 5 | 5,0% | |
| Total | 15 | 100,0% | 27 | 100,0% | 10 | 100,0% | 7 | 100,0% | 41 | 100,0% | 100 | 100,0% | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- En la tabla anterior, la población percibe que la radio difunde mensajes en quechua, obteniendo la opción algunas veces un porcentaje igual o superior al 50% y un acumulado de 68% en los diferentes programas radiales, observamos que los noticieros muestran un porcentaje más elevado (81,5%) en cuanto a la promoción de la identidad cultural mediante la difusión de mensajes en quechua así observamos que la difusión de mensajes en quechua en la radio es muy importante en vista a que la población de Anta es una zona eminentemente rural.

TABLA 46:

RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LA DIFUSIÓN DE LOS EVENTOS CULTURALES QUE SE REALIZAN SU LOCALIDAD

| ¿Difunden los eventos culturales que se realizan su localidad? | ¿Qué es lo que le gusta escuchar en la radio? | | | | | | | | | | | Total | |
|--|---|--------|-----------|--------|----------|--------|--------|--------|------------------|--------|-----|--------|--|
| | Programa educativo cultural | | Noticiero | | Deportes | | Avisos | | Programa musical | | | | |
| | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | |
| Siempre | 4 | 26,7% | 9 | 33,3% | 4 | 40,0% | 2 | 28,6% | 13 | 31,7% | 32 | 32,0% | |
| Algunas veces | 11 | 73,3% | 14 | 51,9% | 4 | 40,0% | 4 | 57,1% | 24 | 58,5% | 57 | 57,0% | |
| Casi nunca | 0 | 0,0% | 4 | 14,8% | 2 | 20,0% | 1 | 14,3% | 4 | 9,8% | 11 | 11,0% | |
| Total | 15 | 100,0% | 27 | 100,0% | 10 | 100,0% | 7 | 100,0% | 41 | 100,0% | 100 | 100,0% | |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- En la tabla anterior, la población percibe la difusión de los eventos culturales que se realizan en su localidad, obteniendo la opción algunas veces un porcentaje igual o superior al 50% y un acumulado de 57% en los diferentes programas radiales, observando así el interés de los programas radiales por la promoción de eventos culturales que se realizan en la localidad, ya que la radio es uno de los medios de comunicación más utilizados por la población, la transmisión de los eventos que se realiza es necesaria para que los habitantes se enteren de manera rápida de los sucesos que se desarrollan en dicha localidad.

TABLA 47:

RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LA DIFUSIÓN DE LAS COSTUMBRES DE SU LOCALIDAD

| ¿Difunden las costumbres de su localidad? | | ¿Qué es lo que le gusta escuchar en la radio? | | | | | | | | | | Total | |
|---|--|---|--------|-----------|--------|----------|--------|--------|--------|------------------|--------|-------|--------|
| | | Programa educativo cultural | | Noticiero | | Deportes | | Avisos | | Programa musical | | | |
| | | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | | |
| Siempre | | 3 | 20,0% | 7 | 25,9% | 4 | 40,0% | 2 | 28,6% | 11 | 26,8% | 27 | 27,0% |
| Algunas veces | | 12 | 80,0% | 18 | 66,7% | 3 | 30,0% | 4 | 57,1% | 27 | 65,9% | 64 | 64,0% |
| Casi nunca | | 0 | 0,0% | 1 | 3,7% | 3 | 30,0% | 0 | 0,0% | 2 | 4,9% | 6 | 6,0% |
| Nunca | | 0 | 0,0% | 1 | 3,7% | 0 | 0,0% | 1 | 14,3% | 1 | 2,4% | 3 | 3,0% |
| Total | | 15 | 100,0% | 27 | 100,0% | 10 | 100,0% | 7 | 100,0% | 41 | 100,0% | 100 | 100,0% |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- En la tabla anterior, la población percibe que la radio difunde las costumbres de su localidad, obteniendo la opción algunas veces un porcentaje igual o superior al 50% y un acumulado de 64% de los diferentes programas radiales, observamos que los programas educativos y culturales muestran un porcentaje acumulado de las opciones siempre y algunas veces más elevado (100%) que indica una alta promoción de la identidad cultural y las costumbres de la localidad es por ello que podemos apreciar que en Anta la difusión de los mensajes promocionando las costumbres es muy importante porque solo la radio tiene mayor alcance en cuando a la difusión de información de mensajes que promuevan las manifestaciones culturales que se dan en la zona.

TABLA 48:

RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LA DIFUSIÓN DE MÚSICA DE LA ZONA

| ¿Difunden música de zona? | | ¿Qué es lo que le gusta escuchar en la radio? | | | | | | | | | | Total | |
|---------------------------|--|---|--------|-----------|--------|----------|--------|--------|--------|------------------|--------|-------|--------|
| | | Programa educativo cultural | | Noticiero | | Deportes | | Avisos | | Programa musical | | | |
| | | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | | |
| Siempre | | 4 | 26,7% | 8 | 29,6% | 2 | 20,0% | 2 | 28,6% | 10 | 24,4% | 26 | 26,0% |
| Algunas veces | | 9 | 60,0% | 18 | 66,7% | 6 | 60,0% | 5 | 71,4% | 23 | 56,1% | 61 | 61,0% |
| Casi nunca | | 1 | 6,7% | 1 | 3,7% | 2 | 20,0% | 0 | 0,0% | 4 | 9,8% | 8 | 8,0% |
| Nunca | | 1 | 6,7% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 4 | 9,8% | 5 | 5,0% |
| Total | | 15 | 100,0% | 27 | 100,0% | 10 | 100,0% | 7 | 100,0% | 41 | 100,0% | 100 | 100,0% |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN. - En la tabla anterior, la población percibe que la radio difunde la música de la zona, obteniendo la opción algunas veces un porcentaje igual o superior al 50% en los diferentes programas radiales, observamos que los noticieros muestran un porcentaje acumulado de las opciones siempre y algunas veces más elevado (96,3%) que indica una alta promoción de la identidad cultural mediante la difusión de la música. La promoción de la música local en los medios radiales significa que estas empresas mantienen una identidad cultural alta promoviendo primero la música de la zona en seguida la música de otros lugares. Motivo por el que podemos apreciar en la población de Anta la difusión de la música de la zona tiene un alto grado de significancia y hace de que los pobladores se identifiquen primero con las costumbres del lugar, pero respetando las diferentes manifestaciones culturales.

TABLA 49:

RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LA DIFUSIÓN DE NOTICIAS EN EL IDIOMA QUECHUA

| ¿Difunden noticias en quechua? | | ¿Qué es lo que le gusta escuchar en la radio? | | | | | | | | | | Total | |
|--------------------------------|---------------|---|--------|-----------|--------|----------|--------|--------|--------|------------------|--------|-------|--------|
| | | Programa educativo cultural | | Noticiero | | Deportes | | Avisos | | Programa musical | | | |
| | | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | | |
| | Siempre | 6 | 40,0% | 10 | 37,0% | 3 | 30,0% | 3 | 42,9% | 18 | 43,9% | 40 | 40,0% |
| | Algunas veces | 9 | 60,0% | 14 | 51,9% | 5 | 50,0% | 3 | 42,9% | 16 | 39,0% | 47 | 47,0% |
| | Casi nunca | 0 | 0,0% | 3 | 11,1% | 2 | 20,0% | 1 | 14,3% | 4 | 9,8% | 10 | 10,0% |
| | Nunca | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 3 | 7,3% | 3 | 3,0% |
| Total | | 15 | 100,0% | 27 | 100,0% | 10 | 100,0% | 7 | 100,0% | 41 | 100,0% | 100 | 100,0% |

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a la población de Izcuchaca 2018.

INTERPRETACIÓN.- En la tabla anterior, la población percibe que la radio difunde noticias en quechua, obteniendo la opción siempre y algunas veces un porcentaje igual o superior al 50% pero acumulados de 40% y 47% respectivamente en los diferentes programas radiales, observamos que los programas educativos culturales muestran un porcentaje acumulado de las opciones “siempre y algunas veces” más elevado (100%) que indica una alta promoción de la identidad cultural y las costumbres mediante la difusión de noticias en quechua como se puede apreciar la difusión en el idioma quechua en medios radiales hace que la población se identifique con su cultura revalorando más la promoción de este idioma que nos dejaron nuestros ancestros, de esta manera la difusión de noticias en el idioma mater que es el quechua en vital e importante para los pobladores anteños.

3.3. Análisis de las entrevistas

En las entrevistas realizadas a las emisoras radiales de Izcuchaca-Anta solo se consideró tres preguntas que son relevantes para el trabajo de investigación en cuanto a la programación y la difusión de la interculturalidad.

3.3.1 Entrevista a Radio Impacto

| Preguntas | Respuestas |
|---|--|
| <p>1.- ¿Usted cree que en su emisora radial se debe desarrollar el tema de la interculturalidad?</p> <p>2.- ¿Qué tipo de información presenta su programación o en que formato trabaja?</p> <p>3.-Hay algún segmento que pueda ser dedicado a la interculturalidad?</p> | <p>En este medio de comunicación el uso de quechua y el castellano para dirigirse a su público es importante al principio presentaba opciones temáticas de identidad local.</p> <p>La estructura de la programación es variada en la distribución de horas desde los informativos, musicales y comerciales, está orientada a la población; sin embargo, en el entorno a la orientación y lineamiento editorial en los programas informativos hay corrientes políticas y muchos de los pobladores identifican a este medio de comunicación como los voceros de la municipalidad.</p> <p>Radio Impacto va innovando en las diversas estrategias comunicativas para obtener mayor alcance, como es el uso de software libre, creando un blog así poder emitir sus programas de radios vía online y estar enlazados con centros de información a nivel regional, nacional e internacional.</p> |
| <p>Análisis</p> | <p>La radio presenta un enfoque político y no presenta una programación elaborada acerca de la difusión de la interculturalidad.</p> |

Fuente: Elaboración propia

3.3.2 Entrevista Radio Santa Mónica

| Preguntas | Respuestas |
|---|--|
| <p>1.- ¿Usted cree que en su emisora radial se debe desarrollar el tema de la interculturalidad?</p> <p>2.- ¿Qué tipo de información presenta su programación o en que formato trabaja?</p> <p>3.-Hay algún segmento que pueda ser dedicado a la interculturalidad?</p> | <p>En cuanto a las informaciones vertidas en los programas noticiosos en sus posibilidades tratan de orientar a la población, inducirles a participar en los diversos espacios de públicos e informando sobre la realidad de la provincia de Anta, este espacio ha sido reconocido por la población.</p> <p>En su estructura programática contempla los horarios informativos que en la mayoría está dividida en tres secuencias mañana (cinco a ocho), medio día (una a dos) y noche (seis a siete), para completar las demás horas son programas musicales, donde recepciona saludos pagados con espacios publicitarios.</p> <p>El corte de este medio de comunicación es comercial, indica que si este medio se pondría en una posición educadora o cultural quizá quebraría pues hay medios de comunicación que tienen sostenibilidad económica.</p> |
| <p>Análisis</p> | <p>La radio presenta una programación comercial dedicada a la publicidad y por lo tanto deja de lado los programas educativos o culturales y la difusión de la interculturalidad.</p> |

Fuente: Elaboración propia

3.3.3 Entrevista Radio Mega

| Preguntas | Respuestas |
|---|--|
| <p>1.- ¿Usted cree que en su emisora radial se debe desarrollar el tema de la interculturalidad?</p> <p>2.- ¿Qué tipo de información presenta su programación o en que formato trabaja?</p> <p>3.-Hay algún segmento que pueda ser dedicado a la interculturalidad?</p> | <p>La radio trata de apoyar a nuestras comunidades campesinas, también desarrollamos el tema del Señor de Torrechayoc, el Sr. de Qoylluriti, hay mucha cultura en nuestra provincia de Anta, pero nosotros estamos dichosos de difundir, todo lo que es concerniente al tema. Bien pues la interculturalidad es obviamente como su nombre lo indica, son diferentes culturas que deben relacionarse, pero lamentablemente eso no se da, pienso que debe haber una integración dentro de nuestra sociedad.</p> <p>Bueno nosotros tenemos un formato libre a diferencia de otros medios de comunicación. Tenemos la presentación luego los titulares, la publicidad intercambio de titulares, bueno aparte de eso tenemos entrevistas en vivo y en indirecto, la entrevista es parte de la polémica con nuestros invitados, luego tenemos nuestra sección cuando hay elecciones, también tenemos espacios religiosos, de salud, de apoyo social, la parte policial, la transmisión de partidos, también hacemos transmisión de eventos sociedad, desde el año pasado transmitimos la fiesta de la Inmaculada Concepción.</p> <p>El noticiero tiene una duración de dos a cuatro horas de acuerdo a la cantidad del material que tengamos, reitero no hay temas para hablar de interculturalidad, por eso difundimos más la noticia, y cuando hay temas damos espacios y apoyamos a los sectores que manejan este tema.</p> <p>Si nosotros hacemos todo los modos posibles para poder digamos la participación de nuestros hermanos indígenas, nuestros hermanos campesinos siempre los matizamos con el quechua nuestro programa, creo que pocos lo hacen pero a veces lo hacemos en castellano no es mucho en un 10 a 15% lo hacemos casi siempre, yo creo puedo señalar que la radio es nueva, es la única emisora juvenil, nosotros acá tenemos todo los espacios para la juventud, digamos tenemos programas segmentados para la gente</p> |

| | |
|--|---|
| | adolescente, para la juventud y para la gente intelectual, nuestros noticieros escuchan todo los niveles de nuestra sociedad. |
|--|---|

3.3.4 Entrevista Radio Poder Satélite

| Preguntas | Respuestas |
|--|--|
| 1.- ¿Usted cree que en su emisora radial debe desarrollar el tema de la interculturalidad? | Creo que sí, porque siempre se ha dado espacio al tema de nuestro idioma por ejemplo el quechua, hay un noticiero en las mañanas que desarrolla un programa bilingüe en quechua y así revaloriza nuestro folklore, Básicamente aceptando las diferentes culturas que pueden existir, a partir de ahí la aceptación de las diferencias culturales, creencias costumbres, usos de modos de vidas a partir de ahí se puede entender la interculturalidad. |
| 2.- ¿Qué tipo de información presenta su programación o en que formato trabaja? | Bueno Informativos exclusivamente, musicales, más al tema del folklore, programas culturales, programas análisis político, un espacio dedicado a las mujeres FEMCA. |
| 3.-Hay algún segmento que pueda ser dedicado a la interculturalidad? | A través del spot publicitario o de mensajes. |
| Análisis | La radio presenta una apertura a la interculturalidad y una gran difusión del idioma quechua; sin embargo tiene una programación enfocada a la música dirigida a jóvenes y mujeres. |

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV

4. PROPUESTA

4.1 Programa para la promoción de programa la Interculturalidad mediante los medios radiales en Izcuchaca- Anta.

Creación de un programa cultural radial, que contribuya al conocimiento de la interculturalidad en la población de Anta.

Denominación del programa: Un espacio para todos los pueblos.

Conductores: locutor (A) y locutor (B).

Duración: 60 minutos.

Frecuencia: Todos los sábados.

4.2 Objetivo: Promover la interculturalidad en Izcuchaca provincia de Anta.

4.3 Fundamentación: La siguiente propuesta radial es la muestra de un programa que se emitirá todos los sábados con una duración aproximada de una hora dirigida al público en general.

Se iniciará con una cuña que caracteriza al programa, en segundo se da la presentación de los locutores en castellano y en quechua.

En cada edición del programa siempre se basará en dar a conocer los atractivos turísticos, costumbres y demás festejos populares haciendo siempre una comparación con otras culturas, además siempre se tocará temas importantes que se suscitan en el transcurso de la semana en Izcuchaca, en la región y en el país.

Las cortinas musicales que se utilizan son alusivas al tema ya sean con fondo musical de autores de la zona o de otros lugares de esa manera se promoverá la interculturalidad.

Asimismo, durante el transcurso se utilizará cuñas con mensajes educativos y culturales

Durante el programa habrá diferentes segmentos como son:

- Entrevistas grabadas en otros casos en vivo con personajes que conozcan el tema asimismo involucrar a las autoridades de la zona.
- También habrá testimonios de pobladores y participación de las mismas mediante mensajes de texto o llamadas.
- Finalmente se realiza la despedida del programa con el locutor (A) y el locutor (B) en castellano y en quechua invitando para la audiencia del siguiente programa, con un cierre musical alusiva al tema en mención.

| N° | SONOMONTAJE | DESCRIPCIÓN | Tiempo | T. Total |
|----|----------------------------------|--|--------|----------|
| 01 | Cuña de entrada (grabada) | PRESENTACIÓN EN QUECHUA: Llapanchis uyarinapak; llapanchis yuyarinapac,kay wayrasimantapacha, tukuy sonccokuhuan chayarimuyku, imaymana willarikuykunawan. | 25'' | 25'' |
| 02 | Locutor: A | SALUDO EN CASTELLANO: Amigos radio oyentes, | 16'' | 40'' |

| | | | | |
|----|-----------------------|---|------|--------|
| | Fondo musical | ¡Buenos Días!, desde hoy nos complaceremos en presentar una nueva programación que aportara al conocimiento general de las costumbres, cultura, anécdotas que son parte de nuestra riqueza y patrimonio intangible de la población de Anta donde semana a semana aprenderemos juntos y además estaremos presentando en nuestro programa segmentos culturales y mucho más de acuerdo a la ley de comunicación. | | |
| 03 | Locutor: B | SALUDO EN QUECHUA: nañaykuna turaykuna ancha munaskay Ilaqtamasikuna Anta runakuna kusa, noqayku imaymana willarikuykunata willaymusaykiku. | 15'' | 45'' |
| 04 | Pista:01 (cuña) | CUÑA EN QUECHUA: Anta sumaq ttikarinanpak Ilaqanchis juñunakusun. | 25'' | 1,25'' |
| 05 | Pista:02 (grabado) | CUÑA DEL SEGMENTO: Micro programa. | 15'' | 1,36'' |

| | | | | |
|----|-----------------------------------|---|------|--------|
| | | Creencias populares (bienvenidos espero que disfruten, en las comunidades tradicionales, campesinas, rurales e indígenas...) | | |
| 06 | Locutor: A (fondo musical) | CASTELLANO: Ya estamos cerca de las festividades de nuestra Patrona Virgen Inmaculada Concepción para cual los preparativos ya se están alistando, por parte de la población anteña. Asimismo, parte de los mayordomos con la participación de las diferentes comparsas, la juventud anteña también, ya en las noches están practicando los diferentes pasos para deleitarle a nuestra mamita Inmaculada con las diferentes comparsas del altiplano. | 32'' | 2,08 |
| 07 | Locutor: B | CASTELLANO: Para ello conoceremos sobre la historia de nuestra patrona de la lluvia y del agua del pueblo anteño nuestra virgen Inmaculada | 10'' | 2,18'' |

| | | | | |
|----|-----------------------|--|--------|--------|
| | | Concepción, escuchemos testimonios de algunos pobladores. | | |
| 08 | Pista:03 (grabado) | TESTIMONIO DE POBLADORES: Presidente de la hermandad, sr. Braulio Rodríguez. Cuentan los antiguos pobladores sobre la aparición de la patrona del pueblo anteño, Nuestra Señora Inmaculada Concepción que lugar donde ella hace su aparición en la plaza armas que actualmente es hoy en Anta, donde crecía abundante cactus que en el idioma quechua es el sector de <i>hawaqollay</i> . Allí en la frondosidad de este vegetal aparece una hermosa bella señora elegante vestida con un traje de color azul dicen que viajaba por muchos lugares hasta quedarse en este lugar, ella al ingresar a este bosque de cactus hacia sus apariciones de forma esporádica y cuando algún | 5,30'' | 7,48'' |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | <p>habitante del pueblo Anta se le acercaba o intentaba dialogar con ella se quedaba en silencio no respondía a ningún saludo.</p> <p>A medida que pasan los días sus apariciones ya eran con más frecuencia, la figura que emanaba esta señora era una luz deslumbrante que irradiaba su bello rostro que inspiraba mucha ternura y amor.</p> <p>Los pobladores de este lugar preocupados por las apariciones constantes de esta dulce señora deciden viajar a la ciudad de Cusco y visitar a las autoridades eclesiásticas para contarles lo que estaba sucediendo entonces deciden venir al lugar de los hechos para ver si era cierto o no. Ya estando en el pueblo de Anti deciden ingresar al bosque de cactus y efectivamente ven a la bella mujer con una luz prodigiosa aparece con un traje de</p> | | |
|--|--|--|--|

| | | | |
|--|--|--|--|
| | <p>color azul es así que las autoridades eclesiásticas deciden acercarse a ella para poder conversar pero misteriosamente desapareció entonces indicaron que su rostro era igual o muy parecida a la de la virgen Inmaculada Concepción que se hallaba en la catedral de la ciudad del Cusco.</p> <p>Esta fue la principal razón de que las autoridades del clero ordenaron que se construya un templo en el corazón de este bosque de cactus, dicen que el pueblo llamado Anti fue modificado por Antasaya y que hoy se llama Anta.</p> <p>Sin embargo el templo que fue construido de forma muy hermosa con su techo de paja con un altar de tallado de madera y el altar mayor era de plata parecido al del templo Belén en Cusco, se incendió por consecuencia de la caída de una vela</p> | | |
|--|--|--|--|

| | | | | |
|----|--|--|-------|--------|
| | | <p>en donde la voracidad del fuego dejó prácticamente en cenizas todo el templo pese a que el pueblo hizo el mayor esfuerzo por salvar la imagen de la virgen Inmaculada Concepción, desapareció de forma inexplicable otros dicen que se convirtió en una paloma y se fue volando por una de las ventanas del templo que ardía.</p> <p>Otros dicen que la imagen de la virgen Inmaculada Concepción se fue del pueblo de Anta tomando la figura de una señora anteña, en otros casos coinciden en que la virgen Inmaculada se fue al distrito de Ccolqa de la provincia de Cotabambas en donde también es patrona y es motivo de profunda veneración.</p> | | |
| 09 | <p>Pista:04</p> <p>(Cortina musical)</p> | <p>AUTOR: Simplemente Mery</p> <p>TEMA: provincia de Anta</p> | 2,59" | 10,47" |

| | | | | |
|----|-----------------------|---|------|---------|
| 10 | Locutor: A | <p>CASTELLANO:</p> <p>Por otro lado amigos esta misma festividad se realiza en diferentes partes de nuestro país, con mucha pomposidad y devoción de los pobladores es tan grande como en Ninabamba, Acomayo, la celebración es desde el 6 de diciembre hasta el día 11, con diferentes actividades como concurso de danzas, caballos de paso y concurso de talentos tanto de jóvenes, niños y adultos.</p> | 11'' | 10,58'' |
| 11 | Pista:05 (grabado) | <p>CUÑA DEL SEGMENTO: usos y costumbres para promocionar la identidad cultural de Izcuchaca.</p> | 5'' | 11,03'' |
| 12 | Locutor: A | <p>CASTELLANO:</p> <p>En nuestra provincia de Anta para dar inicio con la festividad de nuestra patrona Inmaculada Concepción empezamos con las actividades litúrgicas con la programación de las misas</p> | 7'' | 11,10'' |

| | | | | |
|----|------------|--|----|--------|
| | | <p>novenarias que empieza un mes antes donde están involucrados instituciones como es el Juzgado de la provincia de Anta, Ministerio de Agricultura, Juzgado Mixto, Fiscalía Penal, Subprefectura, Electro Sureste, Banco de la Nación con más instituciones entre privadas y públicas que se suman en el desarrollo de la festividad de la virgen Inmaculada Concepción.</p> | | |
| 13 | Locutor: B | <p>CASTELLANO:</p> <p>En este mes de las misas novenarias también las diferentes comparsas en forma ordenada celebran en honor a nuestra patrona de Anta, así como las misas que realizan los devotos, también los niños se involucran en esta celebración a la que se denomina misa de sin pecado para luego dar inicio con la procesión de la sagrada imagen virgen Inmaculada</p> | 8" | 11,18" |

| | | | | |
|----|------------|---|------|---------|
| | | <p>Concepción el día 07 de diciembre con la salva de 21 camaretazos da su ingreso triunfal a la localidad de Izcuchaca por la diferentes arterias.</p> | | |
| 14 | Locutor: A | <p>CASTELLANO:</p> <p>Antes dar inicio a la procesión de la alcaldesa vitalicia de Anta se da la orden de la entrada de los cuatro suyos de las diferentes comparsas de la siguiente forma:</p> <p>QOLLANA.</p> <p>Ccapac colla</p> <p>Panaderos</p> <p>Misti chileno de maras</p> <p>Ccapac chuncho</p> <p>Siqlla</p> <p>Tinkus</p> <p>Morenada I</p> <p>SANKJU AYLLU</p> <p>Huallascha</p> <p>Mestiza ccollacha</p> <p>Contra danza</p> <p>Saqra león</p> | 13'' | 11,31'' |

| | | | | |
|----|------------|--|-----|--------|
| | | <p>Majeño</p> <p>Poderosa morenada inmaculada concepción</p> <p>Sayas centrales</p> <p>EQQECO CHACAN</p> <p>Ccapac negro</p> <p>Chunchacha</p> <p>Aucca chileno</p> <p>Kacha huaylla</p> <p>Huyalas</p> <p>Diablada</p> <p>QONCHACALLA</p> <p>Misti chileno de markju</p> <p>Ccollacha</p> <p>Cuca saruy</p> <p>Misti majeño</p> <p>Tunantara</p> <p>Saya vica</p> | | |
| 15 | Locutor :B | <p>CASTELLANO:</p> <p>Amigos no dejando de lado las festividades de la Virgen Inmaculada Concepción en otros lugares como en Acomayo, en el</p> | 12” | 12,19” |

| | | | | |
|----|------------|---|------|---------|
| | | <p>distrito de Urcos, considerada como una festividad religiosa mundial, que presenta una interesante manera de celebración dentro del departamento Cusco y es la más grande festividad de la zona de Quispicanchis.</p> | | |
| 16 | Locutor: A | <p>CASTELLANO:</p> <p>A diferencia de otras festividades esta celebración se hace con la procesión de todos los santos que existen en el templo de Urcos y es llevada por los comerciantes u otras personas que están organizadas para la fecha.</p> <p>Así como en nuestra provincia de Anta, en Urcos a veces se realiza la corrida de toreros traídos de la capital o aficionados de la zona de Chumbivilcas, dicha festividad también se festeja el 8 de diciembre con la participación de las diferentes danzas de la zona de Urcos y hace</p> | 20'' | 12,19'' |

| | | | | |
|----|------------|--|-----|--------|
| | | que la asistencia de los pobladores de lugar y otros se reúnan con la única finalidad de rendir homenaje a la virgen Inmaculada Concepción. | | |
| 17 | Locutor: B | <p>CASTELLANO:</p> <p>Asimismo amigos de la provincia de Anta para contarles que en otros departamentos de nuestro país la festividad de la virgen Inmaculada Concepcion es grande como en el departamento de Junín, en la población de La Concepción dicho nombre en honor a su patrona, se celebra con mucho colorido y decenas de devotos se reúnen esa fecha para conmemorar a la virgen Inmaculada Concepción dicha festividad dura desde el día 6 hasta 11 de diciembre el día 9 realizan la corrida de toros, en cual le ponen nombres a los toros de forma sarcástica de reconocidas autoridades como es el</p> | 13” | 13,04” |

| | | | | |
|----|------------|---|------|---------|
| | | <p>burgomaestre, el justiciero ,el caritativo, protector, el monta canasta y el colaborador.</p> <p>Este pueblo de Junín es conocido como los montacanas, por los riquísimos panes que realizan además se les conoce como ejemplo de amor y defensa del suelo patrio durante la Guerra con Chile, la fiesta de esta región concluye con una romería al cementerio y concurso de talentos para buscar nuevos valores en el folklore, concurso de caballos de paso y concluye con el tradicional corte monte.</p> | | |
| 18 | Locutor: A | <p>CASTELLANO:</p> <p>Es así hermanos de la provincia de Anta la festividad de la virgen Inmaculada es grande en nuestro Perú profundo y la intensión que tenemos nosotras es de dar a conocer que la celebración que realizamos en Anta tiene cierta similitud con</p> | 07'' | 13,29'' |

| | | | | |
|----|---------------------------------------|---|-------|--------|
| | | <p>otras festividades con diferencias mínimas pero unidos por la devoción y la fe ante nuestra madre anteña la mamita inmaculada Concepción.</p> | | |
| 20 | <p>Pista 07 (cortina musical)</p> | <p>AUTOR: Inti el Sol</p> <p>TEMA:</p> <p>Noqa Munakuyky (regeton en quechua)</p> | 2,59” | 13,29” |
| 21 | <p>Pista 08 (cuña)</p> | <p>CUÑA DE SEGMENTO DE NOTICIAS:</p> <p>“llaqtanchispa willakuynin”</p> | 07” | 16,28” |
| 22 | <p>Locutor: B</p> | <p>CASTELLANO:</p> <p>Amigos, hermanos esta es una manera de promover la cultura entre otras regiones del país, mantener viva las costumbres, modos y formas de convivencia social de nuestra localidad y los medios de comunicación estamos en la obligación de promocionar todo tipo de actividades de una población.</p> | 18” | 16,53” |

| | | | | |
|----|------------|---|------|---------|
| | | <p>Para que de este modo se mantenga viva al cultura peruana, cultivar valores en nuestra juventud, así los que vienen más adelante también mantengan estas costumbres de nuestros pueblos y de esa manera no declinara ante tanta modernidad que es un mal tan necesario en nuestra sociedad.</p> | | |
| 23 | Locutor: A | <p>CASTELLANO:</p> <p>Bueno amigos seguiremos con más relatos sobre la festividad de nuestra patrona.</p> <p>La imagen de la venerada virgen Inmaculada Concepción Alcaldesa Vitalicia de la provincia de Anta, es retirada de su imponente trono, para ser reubicada en su anda acostumbrada y ser exhibida en una procesión, al tiempo de recibir los halagos y ofrendas por parte de los feligreses</p> | 27'' | 17,20'' |

| | | | | |
|----|------------|---|------|---------|
| | | <p>La virgen Inmaculada Concepción se viste de júbilo con la presencia de 27 danzas que le rinden homenaje año tras año en la Plaza de Anta capital, en el mes de diciembre, ya que es un mes muy esperado por los pobladores de Anta, pues en su día central de esta festividad las casas son adornadas con guirnaldas de color celeste y blanco, según los antaños son colores favoritos de su patrona.</p> | | |
| 24 | Locutor: B | <p>CASTELLANO:</p> <p>Una tarde antes del día central se realiza el pasacalle por todo el Jirón Jaquijahuana, en Izcuchaca con la presentación de 27 danzas entre ellas autóctonas, así como danzas del altiplano, encabezado dicho pasacalle por la virgen Inmaculada Concepción en su anda imponente, ante la expectativa de toda la población Antema como de otras</p> | 07'' | 17,27'' |

| | | | | |
|----|------------|--|------|---------|
| | | regiones hasta los amigos del extranjero ese día hacen su presencia. | | |
| 25 | Locutor: A | <p>CASTELLANO:</p> <p>También amigos para comentarles que esta festividad es la más grande la provincia de Anta, es así que solo en una comparsa hay más de 200 integrantes entre los de la banda y los danzarines, la devoción ante patrona del agua y de la lluvia de los pobladores es tan grande que al verla en su anda algunos pobladores llenen los ojos con lágrimas de alegría.</p> | 07'' | 17,34'' |
| 26 | Locutor: B | <p>CASTELLANO:</p> <p>En casi todas las comparsas entre sus integrantes hay cierta cantidad de niñas y niños que con tanta alegría dar a conocer su mejor talento para el arte de la danza, de esa manera también se va cultivando la fe y devoción y ellos se</p> | 05'' | 17,39'' |

| | | | | |
|----|------------|---|------|---------|
| | | involucran de alguna manera en revalorar la cultura. | | |
| 27 | Locutor: A | <p>CASTELLANO:</p> <p>Durante el pasacalle las casas se adornan con flores globos de color celeste y blanco se preparan alfombras de flores de preferencia de los colores que identifican a la imagen Anteña, la espera que se realiza es de mucha ansia ya que cada poblador que arregla su casa con dichos adornos y esperan la bendición de la virgen tanto establecimientos (tiendas, ferreterías, boticas, etc.). Y las señoras durante la caminata en su anda le echan flores con tanta alegría y rogándole para que les otorgue buena salud para ellas y sus familias.</p> <p>Después del desfile de las diferentes comparsas, toda la población y todos los integrantes de las danzas se dirigen a la capital</p> | 20'' | 17,59'' |

| | | | | |
|----|-------------|--|------|---------|
| | | Anta para asistir a la misa ofrecida por los mayordomos centrales. | | |
| 28 | Locutor : B | <p>CASTELLANO:</p> <p>De esta manera se promueve la identidad cultural de nuestra Provincia, se realiza la interacción entre otras culturas de nuestra región como por ejemplo se promueve la interculturalidad entre la costumbres del altiplano como la morenada (Puno) entre la danza autóctona de la provincia de Anta el sacsanpillo y la otra danza huaylas del centro del país (Huancayo) esta es una manera de expresar que en Izcuchaca-Anta, se promueve la interculturalidad entre los pobladores, es así amigos que en esos días nuestro pueblo se ve repleta de personas tanto de lugar como de afuera para ello todos los centros de servicio con anticipación preparan sus actividades como la</p> | 40'' | 18,39'' |

| | | | | |
|----|------------|---|------|---------|
| | | <p>apertura de más hoteles, los restaurantes llenan la despensa porque la demanda de esos días es más que de lo normal.</p> <p>Ya que el día central después de la procesión de la virgen Inmaculada Concepción se da la orden de la presentación de la 27 comparsas por categorías, después de deleitarle a nuestra patrona con sus diferentes pasos de las comparsas se da por finalizado con el llamado fiesta popular con presentación de artistas de talla regional y nacional</p> | | |
| 29 | Locutor: A | <p>CASTELLANO:</p> <p>El día 09 se realiza después de la misa una romería al cementerio general de Anta en homenaje póstumo de devotos y vecinos notables conjuntamente con las comparsas después del retorno se asiste a las diferentes misas para luego acompañar a la procesión de</p> | 40'' | 19,19'' |

| | | | |
|--|---|--|--|
| | <p>la sagrada imagen virgen Inmaculada Concepción, luego se realiza un almuerzo de confraternidad ofrecido por los mayordomos de las diferentes comparsas.</p> <p>A continuación, se da inicio al arranque de gallos ofrecida por los mayordomos en plaza de armas, los tradicionales kuchos ubicadas en cuatro esquinas de la plaza. Ya en horas de la noche se da inicio al juego de san roque y amigos se preguntarán ¿Qué es San Roque? Bueno les explico.</p> <p>Este juego se da inicio con la entrada del famoso nina carro que es un (carro de fuego que viene del infierno) allí se reúnen todos los danzarines entre sus manos traen botellas rellenas con arena y otros traen sus látigos.</p> | | |
|--|---|--|--|

| | | | | |
|----|-----------------------------------|--|---------|---------|
| | | Es así amigos que empieza la despedida con el grito San Roque en invocación al granizo, se golpean la cabeza con estos objetos y finaliza en la puerta del templo y se despiden de la virgen con la esperanza de volver a bailar al año siguiente. | | |
| 30 | Pista 09 (cortina musical) | AUTOR: ucpha TEMA: Kusy kusun | 3,05'' | 22,24'' |
| 31 | Pista 10 (cuña) | CASTELLANO: <i>la diversidad cultural obedece a diferentes formas de entender el mundo y diferentes medios para vivir en él.</i> | 10'' | 22,34'' |
| 32 | Locutor: AyB | ENTREVISTA, LLAMADAS, TELEFÓNICAS:(micrófono abierto) con participación de los pobladores de la población de Anta. | 26,50'' | 50,14 |
| 33 | Pista 11 (cuña) | QUECHUA: Tukuy wyllakuykuna tarikun wayra wasinchispi. | 7'' | 50,21'' |

| | | | | |
|----|------------|---|-----|---------|
| 34 | Locutor: A | <p>DESPEDIDA EN CASTELLANO:</p> <p>Bien amigos de la provincia de Anta llegamos a la parte culminante de nuestro programa pero no sin antes darle la cordial invitación para el siguiente programa donde tendremos más segmentos sobre la celebración festividad de la virgen Inmaculada Concepción, así de esta manera estaremos promoviendo nuestra cultura, así mismo tendremos entrevistas y nos acompañará el párroco de la provincia, hasta próximo programa amigos a la misma hora por el mismo medio.</p> | 15” | 50,36” |
| 35 | Locutor: B | <p>DESPEDIDA EN QUECHUA:</p> <p>chaykamallan ñañaykuna turaykuna challarimuyku kay wayrasinchismantapacha, rimaykamusunkichis, Elia Aguirre,</p> | 10” | 50,46 “ |

| | | | | |
|----|-----------------|---|-----|---------|
| | | hina llataq ñañaykichis, Ana Maria Marmanillo, tupananchiscamaña | | |
| 36 | Cortina musical | TEMA: Solischallay AUTOR: Grupo tierra, concierto por interculturalidad | 3'' | 50,49'' |

CONCLUSIONES

PRIMERA: De acuerdo con los resultados de la investigación afirmamos que con respecto a la determinación de la influencia de los programas radiales en la promoción de la interculturalidad se ha tomado en cuenta cuatro preguntas en cuanto a la manera amigable de referirse a otras culturas, el respeto, costumbres y música de otras regiones. El promedio es de 57.68%, por lo tanto, se acepta la hipótesis nula que nos da a conocer que la influencia de la radio es media.

SEGUNDA: Las emisoras radiales desarrollan programas que promocionan la identidad cultural, las costumbres y el folklore de la localidad más no realizan la promoción de la interculturalidad en Izcuchaca-Anta.

TERCERA: Entre las características predominantes en los programas culturales informativos se tiene el desarrollo de su programación en el idioma quechua con énfasis en el folklore y tendencia a tratar temas relacionados a la política y al apoyo a las comunidades campesinas. Las demás radios emisoras se enfocan en la programación comercial y el desarrollo de la publicidad.

CUARTA: Para determinar si los programas radiales influyen en el comportamiento de las personas, se tomó en cuenta tres preguntas; en cuanto a la comprensión de los mensajes, práctica de los consejos que da la radio y si los programas ayudan a conocer la realidad de la localidad, de esta manera se prueba que:

El promedio es de 56.57% por lo tanto se acepta la hipótesis nula que nos da a conocer que la influencia de la radio en el comportamiento de los habitantes de Izcuchaca es media.

QUINTA: El nivel de tolerancia se determinó mediante tres preguntas con relación a la presencia de agresiones, provocan peleas entre los miembros de la localidad y la difusión de mensajes educativos.

El promedio es de 44.99% por lo tanto se acepta la hipótesis nula que nos da a conocer que la radio aporta un nivel de tolerancia baja en la población oyente.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: En cuanto a la manera amigable de referirse a otras culturas, el respeto, costumbres y música de otras regiones, se debe mejorar las estrategias para dirigirse al público y la estructura de la emisión de mensajes culturales para tener una mayor influencia en la población, cuya recomendación es para los dueños de los medios radiales de la zona.

SEGUNDA: Las radios de la provincia de Anta deben mejorar el contenido de las programaciones, buscando auspiciadores que puedan patrocinar programas que fomenten la interculturalidad y programas educativos culturales.

TERCERA: Las emisoras radiales deben contribuir con los programas culturales informativos que se deben desarrollar en el idioma quechua además agregar temas relacionados a la promoción de la interculturalidad.

CUARTA: las radios de Izcuchaca al tener un nivel de influencia media en el comportamiento de las personas, deben desarrollar programas educativos culturales enfocados tanto en la identidad cultural como en la promoción de la interculturalidad y así tener una influencia positiva.

QUINTA: El nivel de tolerancia que expresan las emisoras no es el adecuado, por lo tanto, se debe revisar y evaluar el contenido y las expresiones que se tengan durante la emisión de los programas.

BIBLIOGRAFÍA

- Alavez, R. A. (2014). *Interculturalidad: conceptos, alcances y derecho*. México: Centro de Producción Editorial del GPPRD.
- Alsina, M. R., & Medina, B. P. (s.f.). Los medios de comunicación en contextos. *Sociedad y Discurso*, p.p. 16: 21-39.
- Bokser, J. (2010). *Multiculturalismo, en interculturalidad.historias, experiencias y utopías*. México: Universidad Intercultural del Estado de México / Plaza y Valdés.
- Burga, E. (2004). *Los procesos de aprendizaje en la formación docente:una mirada desde el nuevo enfoque pedagógico y la interculturalidad*. Lima-Perú.
- Cáceres Medina, M. P., & Elorrieta Cano, B. (2017). *Apertura hacia nuevas audiencias en la empresa radio Metropolitana E.I.R.L. de la ciudad del Cusco*. Cusco, Perú.
- Cutire Arce, J. A., & Quispe Yupayccana, J. (2015). *Contenidos radiofónicos en radio Santa Mónica y radio Inti Raymi en perspectiva de contribuir a la vigencia del idioma quechua y al fortalecimiento de la identidad cultural*. Cusco, Perú.
- Flores Córdova, M. C. (2016). *La influencia de las radios comunitarias: Caso radio Ayabaca-Universidad de Piura*. Piura, Perú.
- Heise, M., Tubino, F., & Ardito, W. (1994). *Interculturalidad. Un desafío*. Lima.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Hernandez, S. R., Fernandez, C., & Baptista, L. (2006). *Metodologia de la investigacion*. Mexico: McGraw-Hill.

- INEI. (2017). *Resultados definitivos, Censo 2017*. Lima.
- Llaccolla, J. (2018). Arte y cultura Cusco. *Revista forma*.
- Ortiz, d. O. (2018). Experiencia como comunicadora-Anta.
- Pincay Castillo, C. I. (2015). *La programación radiofónica y su influencia en las emisiones noticiosas de radio antena 3*. La Libertad, Ecuador.
- Rivera, C. S. (1999). *Anotaciones fragmentarias en torno a la interculturalidad*. La Paz: Uma Phajsi Ediciones.
- Rodríguez Zepeda, A. S. (2016). *La evolución de la radio y la influencia de las nuevas tecnologías en la comunicación entre locutor y oyente*. Guatemala.
- Romo Gil, M. C. (1982). *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*. México.
- Salazar Fernández, S. E. (2013). *Una experiencia de comunicación entre la radio de Comas y las radios del Cono Norte*. Lima, Perú.
- Sartori, G. (2008). *La sociedad multiétnica. Pluralismo multiculturalismo y extranjeros*. México.
- Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad*. España: Editorial Paidós SAICF.
- Trujillo, C. (2018). Experiencia exitosa de comunicación en Anta.
- Walsh, C. (2005). *La interculturalidad en la educación-Ministerio de Educación*. Lima.

LINKOGRAFÍA

Fenocin. (s.f.). Obtenido de <http://www.fenocin.org/interculturalidad/>

Ministerio de Educación-DINEBI. (2005). *La interculturalidad en la Educación*. Lima – Perú. Obtenido de <http://repositorio.minedu.gob.pe/handle/123456789/3310>

Municipalidad provincial de Anta. (2016). *Municipalidad de Anta, PIP Mejoramiento de la Capacidad Operativa y Técnica de los Procesos de Gestión de la Municipalidad Provincial de Anta, distrito de Anta Provincia de Anta – Cusco*. Cusco - Peru: Municipalidad Provincial de Anta. Obtenido de http://www.proinversion.gob.pe/snip/consulta_snip.asp?codigo=362424

PlanetaRadios.com. (2018). Obtenido de <http://www.planetaradios.com/radios-cusco/135/radio-impacto>

Unesco. (20 de Octubre de 2005). *Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales*. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/cultural-expressions/the-convention/convention-text/>

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| TABLA 1: POBLACIÓN CENSADA, POR ÁREA URBANA Y RURAL, SEGÚN PROVINCIA ANTA..... | 30 |
| TABLA 2: POBLACIÓN CENSADA, POR ÁREA URBANA Y RURAL, SEGÚN PROVINCIA, DISTRITO ANTA | 30 |
| TABLA 3: ESTABLECIMIENTOS DE SALUD DEL DISTRITO DE ANTA 2016 | 37 |
| TABLA 4: NÚMERO DE CENTROS EDUCATIVOS, SEGÚN NIVEL DE DISTRITOS Y ÁREA 2016..... | 39 |
| TABLA 5: NÚMERO DE CENTROS EDUCATIVOS POR TIPO DE GESTIÓN Y ÁREA GEOGRÁFICA 2016..... | 40 |
| TABLA 6: EDAD DE LOS ENCUESTADOS..... | 54 |
| TABLA 7: GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS..... | 55 |
| TABLA 8: GRADO DE INSTRUCCIÓN DE LOS ENCUESTADOS | 56 |
| TABLA 9: MANIFESTACIONES CULTURALES DE SU LOCALIDAD..... | 58 |
| TABLA 10: MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZA PARA INFORMARSE SOBRE LA REALIDAD DE IZCUCHACA..... | 59 |
| TABLA 11: RADIOS DE SU LOCALIDAD..... | 60 |
| TABLA 12: HORARIOS QUE PREFIERE ESCUCHAR LA RADIO | 62 |
| TABLA 13: PROGRAMAS RADIALES | 63 |
| TABLA 14: ¿LA VOZ DEL LOCUTOR SE ESCUCHA CLARAMENTE? | 64 |
| TABLA 15: ¿COMPRENDE USTED LOS MENSAJES EMITIDOS?..... | 66 |
| TABLA 16: ¿EXISTE ALGUNA PALABRA QUE NO ENTIENDE EN LOS MENSAJES? | 67 |
| TABLA 17: ¿HAY ALGUNA PARTE DE LOS MENSAJES QUE NO LE GUSTA?..... | 68 |
| TABLA 18: ¿PONE EN PRÁCTICA LOS CONSEJOS QUE ESCUCHA EN LA RADIO? | 70 |
| TABLA 19: ¿LOS PROGRAMAS QUE ESCUCHA LE AYUDAN A CONOCER LA REALIDAD DE SU LOCALIDAD? | 71 |
| TABLA 20: ¿EMITEN MENSAJES CON AGRESIONES A OTRAS PERSONAS (INSULTOS)?..... | 72 |
| TABLA 21: ¿PROVOCAN PELEAS ENTRE MIEMBROS DE SU LOCALIDAD? | 74 |
| TABLA 22: ¿DIFUNDEN MENSAJES EDUCATIVOS?..... | 75 |
| TABLA 23: ¿CUÁNDO SE REFIEREN A OTRAS CULTURAS, LO HACEN DE FORMA AMIGABLE?..... | 76 |

| | |
|---|----|
| TABLA 24: ¿PROMUEVEN EL RESPETO A CIUDADANOS DE OTRAS REGIONES?..... | 78 |
| TABLA 25: ¿DIFUNDEN LAS COSTUMBRES DE OTROS PUEBLOS? | 79 |
| TABLA 26: ¿DIFUNDEN MÚSICA DE OTRAS REGIONES DEL PERÚ? | 80 |
| TABLA 27: ¿SE EMITEN MENSAJES EN QUECHUA EN LA RADIO?..... | 81 |
| TABLA 28: ¿DIFUNDEN LAS COSTUMBRES DE SU LOCALIDAD?..... | 82 |
| TABLA 29: ¿DIFUNDEN LOS EVENTOS CULTURALES QUE SE REALIZAN SU LOCALIDAD?..... | 84 |
| TABLA 30: ¿DIFUNDEN MÚSICA DE LA ZONA? | 85 |
| TABLA 31: ¿DIFUNDEN NOTICIAS EN QUECHUA?..... | 86 |
| TABLA 32: RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LA VOZ DEL LOCUTOR..... | 87 |
| TABLA 33: RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LA COMPRENSIÓN DE LOS MENSAJES EMITIDOS..... | 88 |
| TABLA 34: RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LA EXISTENCIA DE ALGUNA PALABRA QUE NO ENTIENDE | 89 |
| TABLA 35: RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LA EXISTENCIA DE ALGUNA PARTE DE LOS MENSAJES QUE NO LE GUSTA | 90 |
| TABLA 36: RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LA PRÁCTICA DE LOS CONSEJOS QUE ESCUCHA EN LA RADIO | 91 |
| TABLA 37: RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LOS PROGRAMAS LE AYUDAN A CONOCER LA REALIDAD DE SU LOCALIDAD | 92 |
| TABLA 38: RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LA EMISIÓN DE MENSAJES CON AGRESIONES A OTRAS PERSONAS (INSULTOS) | 92 |
| TABLA 39: RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y SI PROVOCAN PELEAS ENTRE MIEMBROS DE SU LOCALIDAD | 93 |
| TABLA 40: RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LA DIFUSIÓN DE MENSAJES EDUCATIVOS | 94 |
| TABLA 41: RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y SI SE REFIEREN A OTRAS CULTURAS DE FORMA AMIGABLE..... | 95 |
| TABLA 42: RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LA PROMOCIÓN DEL RESPETO A CIUDADANOS DE OTRAS REGIONES | 95 |
| TABLA 43: RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y DIFUSIÓN LAS COSTUMBRES DE OTROS PUEBLOS | 96 |
| TABLA 44: RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y DIFUSIÓN MÚSICA DE OTRAS REGIONES DEL PERÚ | 97 |

| | |
|---|-----|
| TABLA 45: RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LA EMISIÓN MENSAJES EN QUECHUA EN LA RADIO | 97 |
| TABLA 46: RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LA DIFUSIÓN DE LOS EVENTOS CULTURALES QUE SE REALIZAN SU LOCALIDAD..... | 98 |
| TABLA 47: RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LA DIFUSIÓN DE LAS COSTUMBRES DE SU LOCALIDAD | 99 |
| TABLA 48: RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LA DIFUSIÓN DE MÚSICA DE LA ZONA | 100 |
| TABLA 49: RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS RADIALES Y LA DIFUSIÓN DE NOTICIAS EN QUECHUA..... | 101 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| GRÁFICO 1: EDAD DE LOS ENCUESTADOS | 55 |
| GRÁFICO 2: GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS | 56 |
| GRÁFICO 3: GRADO DE INSTRUCCIÓN DE LOS ENCUESTADOS | 57 |
| GRÁFICO 4: MANIFESTACIONES CULTURALES DE SU LOCALIDAD | 58 |
| GRÁFICO 5: MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZA PARA INFORMARSE SOBRE LA REALIDAD DE IZCUCHACA..... | 59 |
| GRÁFICO 6: RADIOS DE SU LOCALIDAD..... | 61 |
| GRÁFICO 7: HORARIOS QUE PREFIERE ESCUCHAR LA RADIO | 62 |
| GRÁFICO 8: PROGRAMAS RADIALES..... | 63 |
| GRÁFICO 9: ¿LA VOZ DEL LOCUTOR SE ESCUCHA CLARAMENTE? | 65 |
| GRÁFICO 10: ¿COMPRENDE USTED LOS MENSAJES EMITIDOS? | 66 |
| GRÁFICO 11: ¿EXISTE ALGUNA PALABRA QUE NO ENTIENDE EN LOS MENSAJES?... | 67 |
| GRÁFICO 12: ¿HAY ALGUNA PARTE DE LOS MENSAJES QUE NO LE GUSTA? | 69 |
| GRÁFICO 13: ¿PONE EN PRÁCTICA LOS CONSEJOS QUE ESCUCHA EN LA RADIO? | 70 |
| GRÁFICO 14: ¿LOS PROGRAMAS QUE ESCUCHA LE AYUDAN A CONOCER LA REALIDAD DE SU LOCALIDAD? | 71 |
| GRÁFICO 15: ¿EMITEN MENSAJES CON AGRESIONES A OTRAS PERSONAS (INSULTOS)? | 73 |
| GRÁFICO 16: ¿PROVOCAN PELEAS ENTRE MIEMBROS DE SU LOCALIDAD | 74 |
| GRÁFICO 17: ¿DIFUNDEN MENSAJES EDUCATIVOS?..... | 75 |
| GRÁFICO 18: ¿CUÁNDO SE REFIEREN A OTRAS CULTURAS, LO HACEN DE FORMA AMIGABLE?..... | 77 |
| GRÁFICO 19: ¿PROMUEVEN EL RESPETO A CIUDADANOS DE OTRAS REGIONES? | 78 |
| GRÁFICO 20: ¿DIFUNDEN LAS COSTUMBRES DE OTROS PUEBLOS? | 79 |
| GRÁFICO 21: ¿DIFUNDEN MÚSICA DE OTRAS REGIONES DEL PERÚ?..... | 80 |
| GRÁFICO 22: ¿SE EMITEN MENSAJES EN QUECHUA EN LA RADIO?..... | 81 |
| GRÁFICO 23: ¿DIFUNDEN LAS COSTUMBRES DE SU LOCALIDAD? | 83 |
| GRÁFICO 24: ¿DIFUNDEN LOS EVENTOS CULTURALES QUE SE REALIZAN SU LOCALIDAD?..... | 84 |
| GRÁFICO 25: ¿DIFUNDEN MÚSICA DE LA ZONA? | 85 |
| GRÁFICO 26: ¿DIFUNDEN NOTICIAS EN QUECHUA?..... | 86 |

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

| POI | OBJETIVOS | JUSTIFICACIÓN | HIPÓTESIS | VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES |
|--|--|---|---|---|--|--|
| <p>¿Cuál es el nivel de influencia que tienen los programas radiales en la promoción de la interculturalidad de Izcuchaca-Anta?</p> <p>Específicos: ¿Cuál es el enfoque de los programas radiales acerca de la promoción de la interculturalidad? ¿Cuáles son las características de las programaciones radiales? ¿Cuál es la influencia que tienen los programas radiales en el comportamiento de los habitantes de Izcuchaca? ¿Cuál es el nivel de tolerancia que aporta la radio a la población oyente?</p> | <p>General: Determinar la influencia que tienen los programas radiales en la promoción de la interculturalidad en Izcuchaca-Anta.</p> <p>Específicos: Evaluar el enfoque de los programas radiales acerca de la promoción de la interculturalidad. Describir las características de las programaciones radiales. Determinar la influencia que tienen los programas radiales en el comportamiento de los habitantes de Izcuchaca. Determinar el nivel de tolerancia que aporta la radio a la población oyente.</p> | <p>La interculturalidad es un componente importante que se encuentra dentro de la estructura social y la práctica de esta contribuye a la interacción y conocimiento de las culturas que se encuentran alrededor. En este sentido promover la interculturalidad y el comportamiento adecuado de las comunidades para una convivencia de respeto mutuo y reconocimiento genera la creación de nuevos espacios y conceptos dirigidos hacia el desarrollo, por ello es importante conocer la forma en la que es captada la información transmitida por la radio.</p> | <p>Los programas radiales de Izcuchaca-Anta tienen un alto nivel de influencia en la promoción de la interculturalidad además de generar una mejora en el comportamiento de los habitantes concibiendo un mayor nivel de tolerancia hacia la interculturalidad.</p> | <p>INDEPENDIENTE Programas radiales</p> <p>DEPENDIENTE Promoción de la interculturalidad</p> <p>INTERVINIENTE Pobladores de Izcuchaca-Anta</p> | <p>Tipo de programa radial</p> <p>Conciencia de la realidad</p> <p>Tolerancia</p> <p>Interculturalidad</p> <p>Identidad Cultural</p> | <p>Nivel de sintonía</p> <p>Grado de percepción de los mensajes Grado de influencia en la toma de decisiones</p> <p>Grado de tolerancia a los mensajes</p> <p>Grado de difusión interculturalidad</p> <p>Prevalencia del idioma quechua</p> |



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE EDUCACION Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Encuesta dirigida a los Pobladores de Izcuchaca - Anta EDAD: 18
años a más.**

La presente encuesta tiene la finalidad de recabar información referente al conocimiento de la Radio y la Promoción de la Interculturalidad. Su colaboración es valiosa para plantear aportes comunicativos.

DATOS GENERALES:

1. EDAD.....
2. GÉNERO: (F) (M)
3. GRADO DE INSTRUCCIÓN
- a) Sin estudios ()
 - b) Educación Primaria ()
 - c) Educación Secundaria ()
 - d) Educación Superior ()
 - e) Educación Superior Inconclusa ()

4. Lugar de Origen.....

MARQUE CON UNA X LA RESPUESTA QUE CONSIDERES CORRECTA

5. ¿Qué es lo que más le agrada de las manifestaciones culturales de su localidad?

- a) Música ()
- b) Danza ()
- c) Trajes típicos ()
- d) Comida típica ()
- e) Idioma ()

6. ¿Qué medios de comunicación utiliza para informarse sobre la realidad del distrito de Izcuchaca?

- a) Radio ()
- b) Televisión ()
- c) Internet ()
- d) Periódico/ y o revistas ()
- e) Comunicación Interpersonal ()

7. ¿Qué radios de su localidad escucha Usted?

| | | |
|---|-------------------------|--|
| a | Radio Impacto | |
| b | Radio santa Mónica | |
| c | Radio Mega | |
| d | Radio Poder Satélite | |
| e | Otros, especifique..... | |

8. ¿En qué horarios prefiere escuchar la radio?

| | | |
|---|---------------|--|
| a | De madrugada | |
| b | Mañana | |
| c | Tardes | |
| d | Noches | |
| e | En vespertino | |

9. ¿Qué es lo que le gusta escuchar en la radio?

| | | |
|---|-----------------------------|--|
| a | Programa educativo cultural | |
| b | Noticiero | |
| c | Deportes | |
| d | Avisos | |
| e | Programa Musical | |

CON RELACIÓN A LOS PROGRAMAS DE RADIO QUE ESCUCHA

En relación a los mensajes que Usted escucha:

| PREGUNTAS | | Siempre | Algunas Veces | Casi Nunca | Nunca |
|-----------|---|---------|---------------|------------|-------|
| 10 | ¿La voz del locutor se escucha claramente? | | | | |
| 11 | ¿Comprende Usted Los mensajes emitidos? | | | | |
| 12 | ¿Existe alguna palabra que no entiende en los mensajes? | | | | |
| 13 | ¿Hay alguna parte de los mensajes que no le gusta? | | | | |
| 14 | ¿Pone en práctica los consejos que escucha en la radio? | | | | |
| 15 | ¿Los programas que escucha le ayudan a conocer la realidad de su localidad? | | | | |

La Radio y Tolerancia

| PREGUNTAS | | Siempre | Algunas Veces | Casi Nunca | Nunca |
|-----------|--|---------|---------------|------------|-------|
| 16 | ¿Emiten mensajes con agresiones a otras personas (insultos)? | | | | |
| 17 | ¿Provocan peleas entre miembros de su localidad? | | | | |
| 18 | ¿Difunden mensajes educativos? | | | | |

La Radio e interculturalidad

| PREGUNTAS | | Siempre | Algunas Veces | Casi Nunca | Nunca |
|-----------|---|---------|---------------|------------|-------|
| 19 | ¿Cuándo se refieren a otras culturas, lo hacen de forma amigable? | | | | |
| 20 | ¿Promueven el respeto a ciudadanos de otras regiones? | | | | |
| 21 | ¿Difunden las costumbres de otros pueblos? | | | | |
| 22 | ¿Difunden música de otras regiones del Perú? | | | | |

La Radio e identidad cultural

| PREGUNTAS | | Siempre | Algunas Veces | Casi Nunca | Nunca |
|-----------|---|---------|---------------|------------|-------|
| 23 | ¿Se emiten mensajes en quechua en la radio? | | | | |
| 24 | ¿Difunden las costumbres de su localidad? | | | | |
| 25 | ¿Difunden los eventos culturales que se realizan en su localidad? | | | | |
| 26 | ¿Difunden música de zona? | | | | |
| 28 | ¿Difunden noticias en quechua? | | | | |

Gracias por su Aporte

ANEXO 3:

ENTREVISTA



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Entrevista dirigida a los representantes de las emisoras radiales de Izcuchaca - Anta

GUÍA DE ENTREVISTA

Entrevista dirigida para los propietarios de las emisoras radiales de Izcuchaca - Anta.

PREGUNTAS:

1.- ¿Cuánto tiempo de servicio al público viene desarrollando su emisora en Izcuchaca?

2.- ¿Qué tipo de información presenta su programa radial?

Mencione:.....

3.- ¿Cree usted que su emisora radial desarrolla la interculturalidad?

4.- ¿Existe espacios radiales, dedicados acordes al público de la juventud de Izcuchaca - Anta?

5.- ¿Cuál es el concepto que maneja usted, sobre la promoción radial?

6.- ¿A su entender, como se debe conceptualizar el término de la interculturalidad?

7.- ¿Considera usted que su programa radial promueve la interculturalidad en Izcuchaca?

ANEXO 4:

REGISTRO FOTOGRÁFICO
*FRONTIS RADIO ANDINA 89.7FM- ANTA, VISITA PARA UNA
ENTREVISTA CON LA DUEÑA DE LA EMISORA*



Fuente: Elaboración del equipo de investigación

*SRA. FRANCISCA SANTA CRUZ HUAMÁN, PROPIETARIA DE LA
EMISORA RADIO ANDINA DE IZCUCHACA – ANTA.*



Fuente: Equipo de trabajo

ENTREVISTA A LA DUEÑA DE RADIO ANDINA -ANTA



Fuente: Elaboración del equipo de investigación

INSTALACIONES DE RADIO PODER SATÉLITE EN IZCUCHACA - ANTA



Fuente: Elaboración del equipo de investigación

REALIZANDO LA ENTREVISTA A RADIO MEGA



Fuente: Elaboración del equipo de investigación

REALIZANDO LA ENTREVISTA AL DUEÑO DE RADIO MEGA



Fuente: Elaboración del equipo de investigación

*REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA EN LAS INMEDIACIONES DE PLAZA DE
IZCUCHACA - ANTA*



Fuente: Elaboración del equipo de investigación

*REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA EN LAS INMEDIACIONES DE PLAZA DE
IZCUCHACA - ANTA*



Fuente: Elaboración del equipo de investigación

*REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA EN LAS INMEDIACIONES DE PLAZA DE
IZCUCHACA - ANTA*



Fuente: Elaboración del equipo de investigación

*REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA EN LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES
IZCUCHACA - ANTA*



Fuente: Elaboración del equipo de investigación

REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA EN LAS INMEDIACIONES DE PLAZA DE IZCUCHACA - ANTA



Fuente: Elaboración del trabajo de campo

ELABORACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO EN LA PLAZA CIVICA DE IZCUCHACA



Fuente: Elaboración del equipo de investigación