

UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
Escuela Profesional de Periodismo



TESIS

**El rol de la radio regional en la construcción de la
opinión pública en Puno, 2025**

(Para optar el título profesional de Licenciado en Periodismo)

PRESENTADO POR:

Paulino Polo Hanco Aguilar

ASESOR (A):

Lynda Hellen Vásquez Chaparro

LIMA – PERÚ

2025

INFORME DE SIMILITUD DE LA TESIS DE PAULINO POLO HANCCO AGUILAR

INFORME													
Título del Trabajo de Investigación (Tesis)	El Rol De La Radio Regional En La Construcción De La Opinión Pública En Puno, 2025												
Autor/a del Trabajo de Investigación (Tesis)	Paulino Polo Hanco Aguilar DNI: 01325469												
Asesor/a	Nombres y Apellidos: Lynda Hellen Vásquez Chaparro ORCID: 0000-0003-0160-0940 D.N.I: 40793120												
Grado/Título para obtener	Título Profesional de Licenciado en Periodismo												
Fecha de la aplicación del software Antiplagio	27 de octubre de 2025												
Índice de similitud	5.30 %												
Máximo permitido por la EPP de la UJBM	25 %												
Responsable de la aplicación del software Strike Plagiarism	Mg. Prisea Georgina Vilchez Samanez												
Título El rol de la radio regional en la construccion de la opinion pública en Puno, 2025. Autor Promotor Paulino Polo Hanco AguilarPrisea Vilchez Samanez Unidades organizativas Universidad Jaime Bausate y Meza													
Registro de similitudes Los SCs muestran el porcentaje de palabras de tu documento que también aparecen en otros textos. Un valor alto no significa automáticamente plagio. El informe siempre debe revisarlo una persona autorizada. 5.30% 5.30% CS 1 1.50% 1.50% CCot													
Los 10 fragmentos más largos Color de la fuente <table><tr><th>NO</th><th>TITULO O FUENTE URL (BASE DE DATOS)</th><th>NÚMERO DE PALABRAS IDENTICAS (FRAGMENTOS)</th></tr><tr><td>1</td><td>https://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/es/articulos-cientificos</td><td>38 0.20 %</td></tr><tr><td>2</td><td>http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/20.500.14229/225/1/Llaxa-Alvarado-Kevin-Pascual.pdf</td><td>32 0.17 %</td></tr><tr><td>3</td><td>Het delen van politieke content door politiek geëngageerde jongeren op sociale media.</td><td>32 0.17 %</td></tr></table>		NO	TITULO O FUENTE URL (BASE DE DATOS)	NÚMERO DE PALABRAS IDENTICAS (FRAGMENTOS)	1	https://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/es/articulos-cientificos	38 0.20 %	2	http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/20.500.14229/225/1/Llaxa-Alvarado-Kevin-Pascual.pdf	32 0.17 %	3	Het delen van politieke content door politiek geëngageerde jongeren op sociale media.	32 0.17 %
NO	TITULO O FUENTE URL (BASE DE DATOS)	NÚMERO DE PALABRAS IDENTICAS (FRAGMENTOS)											
1	https://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/es/articulos-cientificos	38 0.20 %											
2	http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/20.500.14229/225/1/Llaxa-Alvarado-Kevin-Pascual.pdf	32 0.17 %											
3	Het delen van politieke content door politiek geëngageerde jongeren op sociale media.	32 0.17 %											

Nota: Ver informe de similitud completo

Lima, 10 de julio del 2026

Prisea G. Vilchez Samanez
Jefe de Vigilancia de Originalidad del
Instituto de Investigación de la UJBM

Dedicatoria

A mi mamá, Pascuala Aguilar Viuda de Hanco, por la vida, sus enseñanzas y valores inculcados en mi formación personal y su constante desasosiego en el bienestar de sus retoños

Agradecimientos

A los docentes de la Universidad Jaime Bausate y Mesa, por sus advertencias, reyertas y consejos durante mi formación profesional en el mundo del periodismo.

A la Mg. Lynda Hellen Vásquez Chaparro, por sus exigencias académicas, reflexiones y la rigurosidad puesta al presente trabajo.

Asimismo, al talento humano de las radios regionales de Puno por mantener oscilante un medio tradicional en el contexto actual.

Índice

Informe de similitud.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimientos.....	iv
Índice	v
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	x
Resumen	xi
Abstract.....	xii
Introducción.....	xiii
CAPÍTULO I.....	15
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	15
1.1 Descripción del problema	15
1.2 Formulación del problema	16
1.2.1 Problema general.....	16
1.2.2 Problemas específicos	17
1.3 Objetivos de la investigación	17
1.3.1 Objetivo general	17
1.3.2 Objetivos específicos.....	17
1.4 Justificación de la investigación	18
1.4.1 Teórica.....	18
1.4.2 Metodológica.....	18
1.4.3 Práctica	19
1.5 Delimitación de la investigación.....	19
1.5.1 Temporal	19
1.5.2 Espacial	19
1.5.3 Social.....	19
CAPÍTULO II.....	20
MARCO TEÓRICO	20
2.1 Marco histórico	20
2.1.1 Marco histórico de la radio.....	20

2.1.2	Marco histórico: construcción de la opinión pública	22
2.2	Antecedentes de la investigación	24
2.2.1	Antecedentes internacionales	24
2.2.2	Antecedentes nacionales	27
2.3	Bases teóricas	30
2.3.1	Bases teóricas: Rol de la radio	30
2.3.1.1	Teorías y enfoques teóricos.....	30
2.3.1.2	Importancia de la radio.....	32
2.3.1.3	Características de la radio.	33
2.3.1.4	Dimensiones.	35
2.3.1.4.1	Rol informativo.	35
2.3.1.4.2	Rol educativo.....	35
2.3.1.4.3	Rol de entretenimiento.	36
2.3.2	Bases teóricas Opinión pública	37
2.3.2.1	Teorías y enfoques teóricos.....	37
2.3.2.2	Importancia de opinión pública.....	39
2.3.2.3	Características de opinión pública.....	40
2.3.2.4	Dimensiones.	42
2.3.2.4.1	Periodista.....	42
2.3.2.4.2	Líderes de opinión.....	42
2.3.2.4.3	Voz popular (vox populi).	43
2.4	Definición de términos básicos	44
	CAPÍTULO III	46
	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	46
3.1	Identificación y definición de las categorías	46
3.1.1	Rol de la radio	46
3.1.2	Construcción de opinión pública.....	46
3.2	Operacionalización de categorías.....	46
3.3	Métodos de investigación.....	47
3.4	Tipo, nivel y diseño de investigación.....	47
3.4.1	Tipo de Investigación	47

3.4.2	Nivel de investigación	47
3.4.3	Diseño de investigación	47
3.5	Participantes y objeto de estudio	48
3.5.1	Participantes	48
3.5.2	Objeto de estudio	48
3.6	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	48
3.6.1	Técnicas	48
3.6.2	Instrumentos	49
3.6.3	Validación del instrumento	49
3.7	Técnicas de procesamiento de datos	49
CAPÍTULO IV		50
RESULTADOS		50
4.1	Resultados de la investigación	50
4.1.1	Rol informativo de la radio regional en la construcción de opinión pública	50
4.1.2	Rol educativo de la radio regional en la construcción de opinión pública	52
4.1.3	Rol de entretenimiento de la radio regional en la construcción de la opinión pública	54
4.1.4	Construcción de la opinión pública desde la perspectiva del periodista	57
4.1.5	Construcción de la opinión pública desde la perspectiva de los líderes de opinión	59
4.1.6	Construcción de la opinión pública desde la perspectiva de las voces populares	61
CAPÍTULO V		64
DISCUSIÓN		64
CAPÍTULO VI		67
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		67
6.1	Conclusiones	67
6.2	Recomendaciones	68
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		69
ANEXOS		74
Anexo 1. Matriz de consistencia		74

Anexo 2. Instrumento de recolección de datos para periodistas.....	75
Anexo 3. Instrumento de recolección de datos para radioescuchas	76
Anexo 4. Fichas de validación del instrumento / Juicio de expertos.....	77
Anexo 5. Actores protagonistas de las entrevistas	80
Anexo 6. Fichas de respuestas de entrevistas a periodistas	81
Anexo 7. Fichas de respuestas de entrevistas a Radioescuchas	103

Índice de tablas

Tabla 1. Operacionalización de las categorías de investigación	46
Tabla 2. Validación de juicio de expertos	49

Índice de figuras

Figura 1. Rol informativo de la radio regional en la construcción de opinión pública	51
Figura 2. Rol educativo de la radio regional en la construcción de opinión pública.....	53
Figura 3. Rol de entretenimiento de la radio regional en la construcción de opinión pública .	55
Figura 4. Construcción de la opinión pública desde la perspectiva del periodista.....	58
Figura 5. Construcción de la opinión pública desde la perspectiva de los líderes de opinión .	60
Figura 6. Construcción de la opinión pública desde la perspectiva de las voces populares.....	62

Resumen

La radio, como medio de comunicación tradicional, en el contexto contemporáneo aguarda relevancia en la construcción de la opinión pública, destacando su rol informativo, educativo y de entretenimiento. Factores como el talento humano y la trayectoria institucional de las emisoras regionales contribuyen a que este medio conserve un lugar preferente en dicho proceso. **Objetivo:** Describir el rol de la radio regional en la construcción de la opinión pública en Puno durante el año 2025. **Método:** La investigación se realizó en la ciudad de Puno, tomando como unidades de estudio a las radios regionales Onda Azul y Pachamama Radio, y como unidades de análisis a periodistas, líderes de opinión y radioescuchas. Se empleó un enfoque cualitativo de nivel descriptivo y diseño fenomenológico. La técnica de recolección de datos fue la entrevista, cuyo instrumento fue validado por juicio de expertos. **Resultados:** La radio informa al público sobre noticias y contextos reales, lo que contribuye a formar la opinión pública y a facilitar la toma de decisiones. Educa a través de contenidos especializados que fomentan la reflexión crítica y ofrece entretenimiento que genera diversos estados emocionales en la audiencia. Asimismo, crea espacios de debate que permiten construir la opinión pública desde la perspectiva del periodista, los líderes de opinión y las voces populares. **Conclusión:** A pesar de la tenaz presencia de medios alternativos, la radio regional mantiene vigente sus tres roles fundamentales y continúa generando espacios sólidos de reflexión para la formación de la opinión pública.

Palabras clave: opinión pública, radio regional, rol de medios de comunicación.

Abstract

Radio, as a traditional medium of communication, remains relevant in the contemporary context for shaping public opinion, standing out for its informative, educational, and entertainment roles. Factors such as the human talent and institutional history of regional radio stations contribute to this medium maintaining a prominent place in this process. Objective: To describe the role of regional radio in shaping public opinion in Puno during the year 2025. Method: The research was conducted in the city of Puno, using the regional radio stations Onda Azul and Pachamama Radio as the units of study, and journalists, opinion leaders, and listeners as the units of analysis. A qualitative approach at a descriptive level and a phenomenological design were employed. The data collection technique was the interview, the instrument of which was validated by expert judgment. Results: Radio informs the public about news and real-world contexts, which contributes to shaping public opinion and facilitating decision-making. It educates through specialized content that fosters critical thinking and offers entertainment that generates diverse emotional states in the audience. It also creates spaces for debate that allow for the construction of public opinion from the perspectives of journalists, opinion leaders, and popular voices. In conclusion: Despite the tenacious presence of alternative media, regional radio maintains its three fundamental roles and continues to generate solid spaces for reflection for the formation of public opinion.

Keywords: public opinion, regional radio, role of the media.

Introducción

La presente investigación se planteó como objetivo principal describir el rol de la radio regional en la construcción de opinión pública en Puno, 2025. En ese marco, la radio concebida como uno de los medios de comunicación tradicionales, populares y con alcance cosmopolita ha mantenido, por décadas, una relevancia notable en la configuración de la opinión pública.

En el actual contexto, donde la población mundial convive con las tecnologías de información y comunicación (TIC), la inteligencia artificial (IA) y el uso de aplicaciones móviles cada vez más sofisticadas, la radio en la región Puno conserva una posición de preferencia entre sus oyentes. Este valor se sostiene en su histórico papel informativo, educativo y de entretenimiento, así como en su posicionamiento institucional, la cercanía con la audiencia y las particularidades de sus programas.

En este sentido, Buendía y Pino (2008), en un análisis de las características y funciones de la radio local en distintas partes del mundo, señalan que la radio regional se distingue por su proximidad con la población, dado que su comunicación, eminentemente oral y directa, genera un espacio de interacción y contribución mutua. Los oyentes no solo se informan, sino que también son partícipes en la construcción de consensos y de opinión pública.

Por su parte, Hernández (2019), sostiene que la radio local posee la capacidad de adaptarse a diferentes contextos culturales, sociales y políticos, ofreciendo contenidos que responden a las necesidades e intereses de la ciudadanía. Esta flexibilidad la convierte en un medio de integración, capaz de establecer vínculos duraderos entre diversos grupos sociales y de proporcionar información actualizada, incluso en momentos de crisis o en zonas donde otros medios no llegan.

En consecuencia, características como la facilidad de acceso, rapidez en la transmisión de datos, diversidad de contenidos y eficacia en la difusión de información, confieren a la radio un lugar decisivo en la comunicación social. Además, su capacidad de conectar directamente con el público, fomentar la interacción y reflejar las realidades culturales de las comunidades, la consolidan como un canal esencial para promover la democracia, el desarrollo local, la integración social y la formación de opinión pública.

Con la intención de incorporar una secuencia metodológica clara y sistemática, el presente trabajo se estructura en seis capítulos:

Capítulo I: Presenta la realidad problemática, la descripción y formulación del problema de investigación, los objetivos, las justificaciones teóricas, metodológicas y prácticas, así como las delimitaciones de la investigación.

Capítulo II: Expone un marco histórico vinculado al rol de la radio regional en la construcción de opinión pública, junto con la revisión de antecedentes internacionales y nacionales, las bases teóricas relevantes y la definición de conceptos clave.

Capítulo III: Describe la metodología utilizada: el enfoque cualitativo, el diseño hermenéutico-fenomenológico, las categorías de estudio, la población y unidades de análisis, los actores participantes y las técnicas de recolección de datos, principalmente apoyado en entrevistas con su respectiva guía.

Capítulo IV: Constituye el núcleo del trabajo. Presenta los procedimientos seguidos para la obtención de resultados, así como los hallazgos, acompañados de un análisis profundo respecto al rol de la radio regional en la construcción de opinión pública en Puno, durante el año 2025.

Capítulo V: Desarrolla la discusión de resultados en contraste con aportes de otros investigadores, ofreciendo una perspectiva comparada, analizada y sustancial sobre el objeto de estudio.

Capítulo VI: Expone las conclusiones y formula recomendaciones dirigidas a futuras investigaciones, a los medios radiales, periodistas y actores sociales en general.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción del problema

Las radios populares en países latinoamericanos como Perú, Ecuador, Colombia y Bolivia lograron posicionarse y adquirir un arraigo especial, situándose entre los medios más accesibles y distinguidas a pesar de la creciente competencia de otras plataformas como la televisión, el internet y las redes sociales. En un contexto marcado por desigualdades en el acceso a la información y las brechas en los niveles de conocimiento, la radio se consolidó desde sus inicios como un instrumento esencial para educar e informar a comunidades y poblaciones desfavorecidas, particularmente en zonas rurales (Buendía-Narciso, 2024).

En el caso del Perú, desde la experiencia de las radios de educación popular, este medio ha sido históricamente valorado como una de las vías de comunicación más pujantes. No obstante, su desarrollo ha estado condicionado por factores como el dominio de grupos políticos y la insuficiente regulación estatal. De este modo, la radio enfrentó desde sus orígenes dos problemas principales: por un lado, las desigualdades en el manejo de información y la limitada calidad de contenidos educativos; y por otro, el desaprovechamiento del potencial de las emisoras regionales en su contribución a la educación y a la formación de opinión pública (Castilla, 2021).

Si bien la radio en el Perú mantiene ventajas y una amplia popularidad en ámbitos sociales y políticos, persisten aún dificultades vinculadas con la independencia editorial, la calidad de los contenidos, la disponibilidad de recursos materiales y la escasa formación de los equipos periodísticos. En este sentido, la situación de la radio regional en Puno guarda similitudes con la del resto del país, aunque presenta un matiz particular: en las zonas rurales, cumple un papel crucial en la educación y la preservación de la identidad cultural. A la par, se constituye como un espacio de formación y entretenimiento que brinda información especializada sobre salud, agricultura y derechos humanos (Moreno & Rocha, 2006).

La capacidad de la radio regional para transmitir información sobre asuntos locales, procesos electorales, acontecimientos políticos y conflictos sociales resulta vital para fortalecer la participación democrática. Sin embargo, limitaciones como la carencia de recursos, la deficiente infraestructura y la saturación del mercado radiofónico en determinados sectores restringen su eficacia y su potencial de representar la diversidad de voces regionales. A partir

de estas condiciones, y desde una perspectiva ética, se reflexiona sobre los medios radiales regionales y su relación con conceptos clave como la realidad, la información, la objetividad y la veracidad (Etchegaray, 2012).

En este marco, la radio local asume la misión de promover un papel activo en la formación de opinión pública, involucrando a líderes sociales, actores políticos y poblaciones influyentes, quienes; mediante su participación, fortalecen el ejercicio democrático y la edificación de una sociedad informada. En esa línea, los estudios respecto a la influencia de los medios en la opinión pública se apoyan en la teoría de la Agenda Setting, que plantea que el público selecciona y organiza los temas de la agenda pública a partir de los espacios de relevancia actual que ofrecen los medios, entre ellos la radio. Asimismo, no se debe descartar que la capacidad de influencia de la radio se intensifica en momentos críticos (Rubio, 2009).

En las regiones andinas del Perú, la radio continúa siendo un medio de comunicación fundamental, especialmente en territorios rurales o con limitado acceso a internet y otras plataformas digitales. En el caso de Puno, donde confluyen diversas identidades culturales, sociales y políticas, la radio regional desempeña un rol central, no solo como difusora de información, sino también como agente en la construcción de opinión pública. No obstante, aún persiste una brecha en el conocimiento académico respecto a cómo se generan estas opiniones desde las emisoras regionales, qué enfoques narrativos priorizan y de qué manera influyen en la participación ciudadana y en la percepción de los temas políticos, sociales y culturales.

Con base en estos indicios, las radios regionales en Puno se mantienen entre los medios con mayor relevancia en términos de audiencia a nivel nacional e internacional. Sin embargo, su capacidad persuasiva aún no es comprendida en toda su magnitud, probablemente debido a factores estructurales y a políticas que condicionan la diversidad de contenidos y realidades difundidas. Pese a ello, en distintas regiones del país las radios locales son reconocidas como agentes de consenso y constructoras de opinión pública que aportan al desarrollo regional, más allá de sus funciones habituales de información, educación y entretenimiento. Estos elementos conducen a plantear la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo es el rol de la radio regional en la construcción de la opinión pública en Puno, 2025?

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cómo es el rol de la radio regional en la construcción de la opinión pública en Puno, 2025?

1.2.2 Problemas específicos

¿Cómo es el rol informativo de la radio regional en la construcción de la opinión pública en Puno, 2025?

¿Cómo es el rol educativo de la radio regional en la construcción de opinión pública en Puno, 2025?

¿Cómo es el rol de entretenimiento de la radio regional en la construcción de la opinión pública en Puno 2025?

¿Cómo es el rol de la radio regional en la construcción de la opinión pública desde la perspectiva del periodista en Puno, 2025?

¿Cómo es el rol de la radio regional en la construcción de la opinión pública desde la perspectiva de los líderes de opinión en Puno, 2025?

¿Cómo es el rol de la radio regional en la construcción de la opinión pública desde la perspectiva de las voces populares (vox populi) en Puno, 2025?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Analizar el rol de la radio regional en la construcción de la opinión pública en Puno, 2025.

1.3.2 Objetivos específicos

Describir el rol informativo de la radio regional en la construcción de opinión pública en Puno, 2025.

Describir el rol educativo de la radio regional en la construcción de opinión pública en Puno, 2025.

Describir el rol de entretenimiento de la radio regional en la construcción de la opinión pública en Puno, 2025.

Describir el rol de la radio regional en la construcción de la opinión pública desde la perspectiva del periodista en Puno, 2025.

Describir el rol de la radio regional en la construcción de la opinión pública desde la perspectiva de los líderes de opinión en Puno, 2025.

Describir el rol de la radio regional en la construcción de la opinión pública desde la

perspectiva de las voces populares (*vox populi*) en Puno, 2025.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Teórica

Esta investigación se sustenta en la Teoría de la Esfera Pública de Jürgen Habermas y en el enfoque de Agenda-Setting de Maxwell McCombs y Donald Shaw, entre otros; a fin de comprender el rol de la radio regional en la creación de opinión pública. Desde la perspectiva de Habermas, la radio opera como un espacio de intercambio en el que vecinos, autoridades y organizaciones deliberan y visibilizan demandas, con efectos en la participación a través de la discusión libre y racional. Por su parte, la Agenda-Setting permite explicar cómo la radio regional incide en priorizar temas importantes del momento (mediático) en su comunidad (seguridad, servicios, cultura, etc.) para generar debate y discusión. Ambas teorías posibilitan analizar la radio como transmisora de información y como un actor que estructura el debate público y orienta prioridades colectivas y decisiones políticas regionales.

La descripción del rol de las radios regionales en la formación de opinión pública se distingue por su valor analítico y por el uso de un lenguaje comprensible que evidencia a la radio como una plataforma esencial en la configuración de realidades sociales. En el caso de Puno, el contexto actual y las dinámicas culturales favorecen la digitalización y la difusión de contenidos, lo que refuerza la vigencia de la radio como medio formador de opinión.

1.4.2 Metodológica

Debido a la naturaleza del objeto de estudio, se optó por un enfoque cualitativo, lo que permitió identificar tendencias generales sobre el rol mediático de la radio en la opinión pública. Este enfoque facilita el análisis de los resultados mediante diseños pertinentes y el uso de herramientas como la entrevista, aplicada a las unidades de análisis: periodistas trabajadores de radios regionales, líderes de opinión y población radioyente de la ciudad de Puno.

El empleo de estas herramientas tuvo como propósito describir percepciones y recoger juicios de los actores involucrados en la dinámica de la radio regional en Puno, mostrando sus perspectivas sobre credibilidad, confianza y posicionamiento frente a la audiencia. Este enfoque constituye además un aporte sustancial al conocimiento científico y a futuras investigaciones, dada la rigurosidad, pertinencia y confiabilidad de los procedimientos aplicados.

1.4.3 Práctica

Los resultados de la investigación son fundamentales para comprender el rol de la radio regional en la construcción de opinión pública y, a la vez; motivadores para que periodistas, líderes de opinión y audiencias reconozcan la importancia de valorar la calidad de los programas radiales, tanto informativos, educativos y de entretenimiento.

En el plano práctico, este estudio destaca el papel protagónico de periodistas, líderes de opinión y voces populares en la construcción e interpretación de la opinión desde una perspectiva local, nacional y global. Asimismo, constituye una herramienta de utilidad para políticos, autoridades y representantes de la sociedad civil, quienes mediante su participación en la radio regional cumplen un rol decisivo en la promoción de la transparencia informativa, el diálogo crítico, la participación ciudadana y la consolidación de la democracia.

1.5 Delimitación de la investigación

1.5.1 Temporal

La investigación se desarrolló en un periodo de seis meses, comprendido entre febrero y julio del año 2025, tiempo estimado para realizar las coordinaciones con los actores clave, ejecutar el trabajo de campo y elaborar el informe final, a partir de la aprobación del proyecto.

1.5.2 Espacial

El estudio se llevó a cabo en la ciudad de Puno, ubicada en la región altiplánica del sureste del Perú, en la meseta del Collao. Región más extensa del país, reconocida por su riqueza cultural, folclórica, gastronómica y turística. Además de su emblemático Lago Titicaca, destacan sus sitios arqueológicos y patrimoniales como Sillustani, Amantaní, Taquile y templos coloniales, que conforman un atractivo cultural y natural de gran relevancia.

1.5.3 Social

La delimitación social de la investigación se centró en la población urbano-marginal de la ciudad de Puno, específicamente en periodistas, líderes de opinión y radioescuchas, que fueron seguidores y protagonistas de las dos emisoras regionales de trascendencia (Radio Onda Azul y Pachamama Radio) durante el 2025. El estudio se hizo considerando el contexto social, político y cultural de la región Puno, dónde los medios alternos digitales adquieren presencia creciente, sin embargo; las radios regionales continúan ocupando un lugar central en su rol de comunicación y formación de opinión pública.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Marco histórico

2.1.1 *Marco histórico de la radio*

A lo largo de la historia, la radio se ha consolidado como uno de los canales de comunicación más influyentes del siglo XX, destacando su capacidad de difundir información, cultura y entretenimiento a públicos diversos. Su evolución estuvo estrechamente vinculada a los avances tecnológicos, las transformaciones sociales y a los contextos políticos, que han condicionado su rol y su cobertura en distintas regiones del mundo.

El origen del rol de la radio se remonta al siglo XIX, a partir de los aportes teóricos y experimentales de investigadores como James Clerk Maxwell, cuyas ecuaciones explicaron el comportamiento de las ondas electromagnéticas, y Heinrich Hertz, quien demostró su existencia en laboratorio. Estos descubrimientos sentaron las bases para el desarrollo de la comunicación inalámbrica. Posteriormente, Guglielmo Marconi logró en 1895 la primera transmisión exitosa de señales de radio a larga distancia, aplicando de manera práctica estos conocimientos. Asimismo, Nikola Tesla realizó contribuciones significativas en la transmisión inalámbrica y en el diseño de circuitos resonantes, avances que fortalecieron el sistema de la radiodifusión.

Durante la Primera Guerra Mundial, la radio adquirió un rol estratégico como instrumento militar, al facilitar una comunicación rápida y confiable entre los frentes de batalla y los centros de comando. Esta función bélica impulsó innovaciones tecnológicas que luego favorecieron su expansión en la esfera civil. En la década de 1920 surgió la era comercial de la radio con la creación de las primeras estaciones dedicadas a transmitir programas dirigidos al público en general, que incluían noticias, música y deporte. Este nuevo modelo inauguró una experiencia colectiva sin precedentes, al permitir el intercambio de información en tiempo real entre millones de personas (Arnanz, 2020).

En este contexto, Reyero (2006), señala que “la radio logró un impacto social inmediato al permitir la difusión simultánea de información y entretenimiento a amplias audiencias, convirtiéndose en un vehículo de unión social” (p. 102). Este impacto transformó radicalmente las dinámicas comunitarias, modificando hábitos cotidianos, actividades recreativas y formas de socialización. A la vez, se consolidó como un instrumento político de gran influencia, utilizado tanto por gobiernos democráticos como por regímenes autoritarios para moldear la percepción pública y reforzar ideologías. En el ámbito comercial, su capacidad de alcanzar

audiencias masivas impulsó nuevas estrategias de difusión y modelos publicitarios, afianzando su papel como medio clave en la construcción de la cultura popular del siglo XX.

Entre las décadas de 1930 y 1950, la radio se convirtió en una herramienta central de propaganda en gobiernos autoritarios. En España, por ejemplo; la dictadura de Franco utilizó este medio para ejercer control ideológico, promover valores del catolicismo, exaltar el poder del régimen y suprimir opiniones disidentes; todo ello bajo un estricto sistema de censura y monopolio informativo. No obstante, Belau (2007) advierte que “a pesar del control estatal, la radio también permitió la creación de espacios culturales que, en algunos casos, escapaban a la censura y promovían la diversidad lingüística y artística del país” (p. 88). Así, incluso en contextos de represión, la radio se erigió como un medio de resistencia simbólica.

En América Latina, la radio asumió un rol social más amplio, sirviendo como herramienta de educación no formal, cohesión social y participación ciudadana. A diferencia de otros medios, su bajo costo de producción y su amplio alcance territorial la convirtieron en un recurso accesible para comunidades populares. En países como Argentina, México y Perú surgieron las radios comunitarias y populares, que además de transmitir noticias, difundieron expresiones culturales y lenguas originarias, reforzando identidades locales y promoviendo la inclusión de sectores marginados.

En el caso de Sudamérica, la radio encontró un terreno fértil para su desarrollo acelerado, aunque factores como los altos índices de analfabetismo y la limitada capacidad adquisitiva de ciertos sectores condicionaron su crecimiento desigual. La aparición de la televisión representó una competencia importante, aunque no disminuyó la relevancia de la radio. Al contrario, sus características particulares como su simplicidad, alcance y accesibilidad le permitieron consolidarse como un medio eficaz en zonas rurales, tanto; para educar, entretener y difundir cultura viva. (García, 1980).

Además, la radio desempeñó un papel fundamental en procesos de modernización y democratización, al convertirse en un ente de comunicación entre el Estado y la ciudadanía. Muchas emisoras comunitarias cumplieron funciones clave en la denuncia de violaciones de derechos humanos, en la cobertura de movilizaciones sociales y en la formación de ciudadanía crítica y participativa.

Con la llegada del siglo XXI, la radio atravesó transformaciones significativas derivadas de la convergencia digital y de los cambios en los hábitos de consumo mediático. La expansión de internet y el desarrollo de nuevas tecnologías de la comunicación dieron lugar a plataformas

de streaming, emisoras en línea y servicios de podcasting, que modificaron radicalmente la forma de interacción de las audiencias. Actualmente, muchas emisoras tradicionales transmiten en AM/FM y en formatos digitales, ofreciendo a los oyentes la posibilidad de escuchar en tiempo real o acceder a contenidos de manera asincrónica, personalizada y móvil.

En este escenario, la radio continúa siendo un espacio vital para visibilizar demandas sociales, promover la educación cívica y fortalecer la cohesión comunitaria, incluso en situaciones de crisis política o conflicto social. Asimismo, en diversas regiones, las radios regionales han cumplido la función de preservar memorias colectivas y otorgar voz a grupos auténticamente excluidos, consolidándose como agentes de democracia, educación y difusión cultural.

Finalmente, como advierte Reyero (2006), en la actualidad “la radio tradicional enfrenta el reto de coexistir con medios digitales y plataformas de streaming, lo que exige nuevas estrategias para captar y mantener audiencias” (p. 120). Este desafío ha impulsado a las emisoras a adoptar formatos más breves, dinámicos e interactivos, con presencia activa en redes sociales y plataformas múltiples. De este modo, la radio busca mantenerse vigente entre públicos cada vez más jóvenes, habituados a la inmediatez, la personalización y la diversidad de contenidos propios del entorno digital.

2.1.2 *Marco histórico: construcción de la opinión pública*

A lo largo de la historia, la opinión pública se ha considerado como un concepto vital en la interacción social y política de la humanidad. Representa el conjunto de percepciones y actitudes compartidas por una comunidad frente a asuntos de relevancia. Su evolución, ha permitido comprender cómo este fenómeno se ha desarrollado a partir de dinámicas de la esfera política, así como la influencia de los medios y las tácticas de poder empleadas por ciertos sectores en su construcción y control. En esta línea, McCombs y Shaw (1972), probaron el rol de los medios de comunicación para establecer la agenda: al seleccionar y destacar noticias del momento (cantidad, cobertura, relevancia, etc.) en el que intervinieron la elección de temas coyunturales importantes, aunque no necesariamente de interés común.

Asimismo, esta teoría se alinea a la Agenda Setting; que indica que los medios pueden determinar temas centrales de un debate político y, por lo tanto; moldear la percepción general de la gente del momento. Para examinar esta hipótesis, estudiaron las elecciones presidenciales de estados unidos de 1968 en Chapel Hill, Carolina del Norte. Realizando 100 entrevistas (entre el 18 de septiembre y el 6 de octubre) a votantes indecisos, pidiéndoles que indicaran los

principales problemas que el gobierno debería abordar (sin depender de los políticos). Al mismo tiempo, recopilaron y analizaron contenidos de los medios utilizados por esa audiencia (periódicos, revistas y televisión) y clasificaron los temas en categorías, diversificando entre coberturas mayores y menores, según criterios de prominencia (duración-posición en TV y tamaño-portada en periódico). (McCombs y Shaw, 1972).

En la era contemporánea, la formación de la opinión pública tiene sus raíces en Europa durante la Ilustración. Allí, el ámbito público se convirtió en un espacio de discusión racional entre individuos libres, donde el intercambio de ideas sobre asuntos sociales y políticos delineó las primeras formas de opinión colectiva. Este proceso se consolidó inicialmente en tertulias literarias y cafeterías, y se expandió gracias a la impresión de diarios y revistas, que agilizaron la difusión de pensamientos y debates ordinarios. Un caso representado se observa en la Revolución Francesa, donde la opinión pública de la radio adquirió un rol protagónico, pues la prensa y otros medios se emplearon para movilizar masas, congregar audiencias y construir consensos en torno a los ideales políticos y revolucionarios de la época (Capellán, 2008).

Con el paso del tiempo, la visión idealizada de la opinión pública mostró también sus limitaciones, ya que la participación en la vida pública estuvo restringida a ciertos grupos sociales, mientras que las voces populares eran frecuentemente manipuladas por élites políticos y económicos. Posteriormente, con el auge de los medios masivos en el siglo XX (radio, televisión y prensa), las percepciones sociales comenzaron a experimentar dinámicas más amplias con impactos más profundos.

La radio, en particular, se convirtió en una herramienta decisiva para difundir mensajes consensuados a millones de personas, consolidándose como un medio esencial en la creación de alianzas sociales y políticas. Su capacidad de apelar a emociones, símbolos y sentimientos colectivos, la transformó en un canal eficaz y reflexiva para moldear la opinión pública más allá del razonamiento lógico (Bernays, 2005).

Un ejemplo de ello fueron las campañas de propaganda durante la Primera y la Segunda Guerra Mundial, cuando los gobiernos utilizaron la radio y otros medios para movilizar el apoyo popular y reforzar ideologías. De este modo, se reafirmó la naturaleza interactiva de la relación entre la opinión pública y el poder de la radio: que mientras la ciudadanía podía certificar o cuestionar a los gobiernos, actores políticos y económicos que intentaban manipular dicha opinión en favor de sus propios intereses. Así, la opinión pública dejó de ser entendida como un reflejo imparcial y pasó a concebirse como un campo de conflicto.

En una revisión histórica más amplia, se sostiene que el “pueblo” o cuerpo social que encarna la voluntad popular carece de voz propia, y que solo la adquiere mediante las instituciones mediáticas. Esta mediación corresponde, según Weber (1984), a los rasgos de burocratización racional que caracterizan la comunicación radial moderna. En esa línea, durante el siglo XX los sondeos de opinión y las urnas electorales se consolidaron como mecanismos estandarizados para medir percepciones colectivas, mientras que en el siglo XXI los algoritmos digitales se han incorporado como nuevas herramientas de control y segmentación informativa.

Un caso paradigmático de manipulación de la opinión pública lo constituye el régimen nazi en Alemania, donde Joseph Goebbels aplicó la propaganda de manera sistemática para crear consenso social a favor del poder totalitario, limitando la pluralidad informativa y anulando la diversidad de voces. Aunque las democracias modernas han ampliado la pluralidad mediática, los conglomerados de medios y las estrategias de difusión continúan restringiendo la autonomía de la opinión pública (Sampedro, 2021).

En la actualidad, con la llegada del internet y las redes sociales, la construcción de la opinión colectiva ha cambiado de manera radical. Estos espacios digitales favorecen una mayor interacción y participación ciudadana, pero al mismo tiempo generan polarización, burbujas informativas y la propagación de noticias falsas, afectando la calidad del debate público y la formación de consensos sociales (Noelle-Neumann, 2010; Sampedro, 2021).

De esta forma, la opinión pública en el siglo XXI se configura como un fenómeno complejo y contradictorio: un espacio de mayor participación y democratización, pero también un terreno vulnerable a la manipulación informativa y a las tensiones de la sociedad digital.

2.2 Antecedentes de la investigación

2.2.1 Antecedentes internacionales

Nieva (2024), en su investigación “La opinión pública a través de los medios de comunicación”, publicada en la revista Ciencias Empresariales y Sociales de Jujuy, Argentina, tuvo como objetivo reflexionar sobre el rol de la encuesta de opinión pública respecto a la imagen de los candidatos a la presidencia de Argentina, en la toma de decisiones a partir de la difusión de resultados en medios de comunicación masivos.

En su metodología utilizó como instrumento la encuesta y los sondeos de opinión de las dos últimas elecciones presidenciales de Argentina (2015 y 2019). Los resultados evidenciaron que la intención de voto coincidió con los resultados de ambos procesos electorales. Además, se observó una variación en los porcentajes obtenidos y la correlación entre quienes mantenían

mayor porcentaje de imagen positiva y los candidatos electos.

Sus conclusiones muestran detalles del reflejo de la voluntad popular en elecciones guiadas por la imagen del candidato, lo que ubica a las encuestadoras en una posición neutral y las consideran fuentes confiables, válidas y certeras. Asimismo, se ratifica que los medios de comunicación tienen la capacidad de crear sentidos y actuar de manera influyente en los procesos electorales y en los espacios de decisión pública.

Este dato es sustancial para el presente estudio porque ayuda a comprender con mayor claridad el rol de los medios en la construcción de la opinión pública y aclara visiones tanto de periodistas como de la población respecto a temas de interés social. Además, el estudio permite analizar con sutileza las percepciones de los involucrados.

Hernández (2019), en su tesis doctoral “El rol de las radios populares en el contexto de las crisis políticas: caso Radio Fe y Alegría de Venezuela”, analizó la cobertura de este medio radial a partir de la construcción del discurso noticioso durante la crisis del golpe de Estado del 2002 en Venezuela. El estudio puso en contexto cómo la radio aplica géneros y formatos periodísticos, dinámicas de producción, valores y contenidos transmitidos para definir una cultura periodística responsable.

En sus conclusiones se destaca que, a pesar de la crisis generalizada que atravesaba Venezuela, Radio Fe y Alegría mantuvo una autonomía sensata y profesional, a diferencia de otros medios nacionales. Este medio promovía la participación de la audiencia y actuaba conforme a los principios éticos de la comunicación popular. Tal conducta excepcional reflejó el colapso de los estándares del periodismo venezolano y advirtió que otros medios también debieron justificar su desempeño imparcial con argumentos categóricos durante la crisis.

Estos resultados mostraron el dominio de la radio en momentos de crisis y permiten comprender el rol consensuado que deben desplegar los medios de comunicación. Asimismo, refuerzan la idea de cómo un medio radial y los periodistas pueden influir en la percepción de la población durante la cobertura informativa.

Suárez et al. (2025), realizaron un estudio sobre el impacto de los medios radiales en la construcción de la opinión pública en la provincia de Santa Elena, Ecuador. Además de la radio San Jacinto Online, su investigación se centró en radio Santa Elena y en El Faro Digital, que tienen relevancia en la difusión de información regional y local.

Identificaron los factores que inciden en el uso y la percepción de la urbe y evaluaron el

alcance informativo, la credibilidad y la interacción de la radio con la comunidad. El estudio empleó un enfoque mixto, que integró encuestas a 450 personas de diversos cantones de la provincia y entrevistas con expertos en comunicación radial. Lo cual posibilitó analizar la relación entre los contenidos difundidos y su impacto en la formación de la opinión pública.

Los resultados indican que los medios radiales analizados desempeñan un rol fundamental en la difusión de información sobre problemáticas locales, noticias de actualidad, turismo y cultura. Sin embargo, persisten retos en cuanto a la confiabilidad de la información y participación ciudadana. Concluyen que estos medios representan una fuente de información esencial, aunque requieren estrategias de fortalecimiento para mejorar su posicionamiento y credibilidad. Recomiendan implementar iniciativas orientadas a promover la alfabetización mediática y fomentar la participación de la ciudadanía a través de la radio.

Patiño-Toro (2019), en su tesis de maestría desarrollada en la Universidad Nacional de Colombia, analizó la agenda propuesta por los medios radiales en el marco de las elecciones presidenciales del 2018 en dicho país, cuyo objetivo fue identificar las posibles incidencias de ciertos actores como generadores de opinión pública.

Su metodología se centró en el programa de opinión Hora 20 de Caracol Radio, emitido diariamente de 7:00 a 9:00 p.m., con panelistas destacados y versados en temas políticos, económicos y sociales. El análisis se basó en los postulados de la Agenda Setting y, en sus conclusiones, afirmó que son los periodistas y medios son quienes crean la agenda pública.

La investigación exploratoria utilizó un ejercicio cuantitativo para identificar tendencias en las intrusiones, preguntas y tiempos otorgados a los candidatos. De este modo, la agenda noticiosa generó un fenómeno inesperado de “opinión pública”, que no estaba previsto ni por el poder político, ni por los medios, ni por los propios candidatos.

Bajo esta premisa, la radio como ente de poder buscó explicar el fenómeno electoral y la tipología de la opinión, partiendo del supuesto de que quien comunica maneja la opinión de la población. La influencia de los medios es tal, que se les ha denominado el “cuarto poder”. Asimismo, se resalta que los medios se usan en favor de terceros, amparados en la perspectiva de la Agenda Setting. En este sentido, la investigación contribuye a comprender críticamente cómo la radio y otros medios son forjadores de opinión pública.

Navarro (2023), en su estudio *Radios comunitarias, populares y alternativas en Bariloche: rol sociopolítico, configuración de identidad y ciudadanía*, señala que las radios

comunitarias, populares y alternativas se constituyen como proyectos orientados a visibilizar las necesidades, demandas y voces de sectores históricamente marginados. La resignificación de estos medios radiales fundamentada en el trabajo integrador entre instituciones y actores regionales, requiere un análisis de sus dinámicas particulares, la reivindicación de derechos y la participación en ámbitos barriales, comunitarios y alternativos.

En tanto, el territorio patagónico presentó características especiales que justificó centrar el análisis en la ciudad de San Carlos de Bariloche. En esta ciudad, se identificaron diversas experiencias barriales que han incorporado el soporte de la radio local como eje articulador de las relaciones sociales con proyectos de desarrollo. Para el estudio, se emplearon entrevistas semiestructuradas a referentes barriales que escuchan radio y se hizo un análisis de documentos institucionales, que contribuyeron a los resultados.

Más allá de los casos particulares, se concluye que la radio comunitaria, entendida como un fenómeno cultural de enseñanza; contribuye a la edificación del sentido sociopolítico y a la configuración identitaria regional, en relación con el empoderamiento en la toma de decisiones en el ámbito público y la participación de sus propios actores en el desarrollo del barrio.

2.2.2 *Antecedentes nacionales*

Mamani (2024), en su estudio, se propuso como objetivo; determinar la influencia del periodismo radial en el periodismo ciudadano de Tacna, 2022. La investigación tuvo intervención específica de periodistas radiales de Tacna, a fin de evaluar su nivel de dominio en el periodismo ciudadano (digital, escrito, televisivo, etc.). Como método, el estudio empleó un diseño no experimental, transversal y se clasificó como básico y correlacional. Se consideró una muestra de 30 periodistas de radio como unidades de estudio, usando la encuesta con cuestionario estructurado como instrumento de recolección de datos. Los datos tuvieron un estricto control de confiabilidad mediante el alfa de Cronbach y validado por juicio de expertos.

Los resultados revelaron que el periodista radial ejerció una influencia moderada y positiva en el periodismo ciudadano de Tacna durante el año 2022. El análisis con la prueba estadística Rho de Spearman, arrojó un valor de 0.539, reafirmando así una correlación significativa. En tanto, se ha comprobado una influencia moderadamente positiva del periodista radial en el periodismo ciudadano de Tacna. El autor, recomienda establecer vínculos de comunicación interactiva con periodistas radiales para aumentar la frecuencia y participación ciudadana, el mismo que permitiría abrir espacios y canales mayores de comunicación para informar a la opinión pública.

Conde (2022), realizó un estudio en el distrito de Ayacucho para analizar la relación entre el periodismo radial y el desarrollo cultural de la población. La investigación empleó un enfoque cuantitativo, lo que permitió medir la variable independiente en relación con la variable dependiente, sin un previo experimento. Se emplearon técnicas y herramientas estadísticas y, dado el alcance de la investigación, el estudio se clasificó como descriptiva-correlacional. La muestra estuvo compuesta por 382 personas de 15 a 54 años de dicho distrito.

Este estudio abordó diversas teorías, entre ellas el consumo cultural y la teoría de los medios de comunicación. Además, se aplicó una encuesta para identificar la percepción del público sobre la relación entre el periodismo radial y desarrollo cultural de Ayacucho. Por otro lado, incorporó guiones de programas periodísticos radiales como insumos que contribuyeron a la comprensión del estudio.

Los resultados muestran que la relación del periodismo radial y el desarrollo cultural de Ayacucho no es significativa, en efecto; la radio no contribuye a la difusión, respeto y fomento de los valores y normas relacionados con el patrimonio cultural de Ayacucho. Concluye, que los medios radiales de Ayacucho ofrecen escasos contenidos culturales en su programación, lo que representa un desafío para el periodismo radial en un entorno cada vez más mediático, comercial y politizado.

Barclay (2021), en la Universidad de Lima, investigó el proceso de transformación digital de dos radios locales Limeñas: Oasis (100.1 FM) y Oxígeno (102.1 FM). Su objetivo fue comprender la evolución del medio desde la perspectiva de los *millennials* y *centennials*, y la opinión pública de los radioescuchas. La investigación utilizó un enfoque cualitativo, que implicó interpretar y comprender, mediante entrevistas a profundidad con personas asociadas a las radios locales seleccionadas, así como a dos grupos focales.

El primer grupo focal se dirigió a los usuarios de plataformas de *streaming* y podcasts de la muestra estudiada, mientras que el segundo incluyó a los oyentes *millennials* y *centennials* de Oasis y Oxígeno radio. Los hallazgos indican que los oyentes creen que la radio local debería mantener su formato tradicional (señal abierta) y, al mismo tiempo, incluir contenidos audiovisuales y distribuir notas a través de plataformas de *streaming* y redes sociales. Este enfoque se recomienda para mantener estrategias de posicionamiento radial en un contexto de transformación digital. Además, propone la necesidad de una mayor accesibilidad a la radio en vivo a través de distintos dispositivos digitales.

En su conclusión, destaca el esfuerzo realizado por las radios para responder a la

inmediatez que exige la comunicación audiovisual, así como la capacidad de difusión de noticias en redes sociales para atraer nuevos oyentes y fidelizar a la audiencia radial. También, sugiere que las radios regionales deben considerar como fuente de información a radioescuchas y optimizar la difusión de noticias en otras plataformas, sin quitarle el sentido radial.

Castilla (2021), en su tesis de maestría titulada *El periodismo de opinión radial y la construcción de ciudadanía en radioyentes de Cajamarca, Lima Metropolitana y Madre de Dios*, 2020, planteó como objetivo determinar el estilo de radiodifusión más adecuado del periodismo de opinión radial en las emisoras Capital y Exitosa, y su contribución en la construcción de ciudadanía en dichas regiones. En cuanto a la metodología, utilizó un tipo analítico, nivel descriptivo y un enfoque mixto correlacional (cuantitativo y cualitativo). La investigación evaluó a un grupo de 55 oyentes de las radios mencionadas, todos ellos empleados del sector público en Cajamarca, Lima Metropolitana y Madre de Dios. Además, aplicó un cuestionario de 32 preguntas y realizó entrevistas a cinco locutores radiales de ambas emisoras.

Los resultados mostraron que, aunque existe un vínculo entre el periodismo de opinión radial y la formación de ciudadanía, esta relación no es significativa. El autor subraya que el periodismo de opinión mantiene un rol importante en la información y el fomento ciudadano, pero su efecto en la formación de ciudadanía ha disminuido. Asimismo, se identificó que el papel de los locutores en la percepción pública y en el empoderamiento de los ciudadanos ha cambiado, particularmente en temas políticos.

Además, el estudio resalta que, en la actualidad la sociedad global y digital ha otorgado a las redes sociales un papel vital en la construcción de ciudadanía. En este sentido, aunque el periodismo radial conserva presencia en este proceso, el enfoque cualitativo del estudio permite comprender con mayor profundidad las percepciones de los comunicadores en torno a su papel en la construcción de ciudadanía y opinión pública.

Dueñas (2024), en su investigación titulada *"El programa radiofónico Rimayninchis: Nuestras Voces de Radio Inti Raymi Cusco y su contribución a la revalorización del idioma quechua – 2022"*, planteó como objetivo general: identificar las contribuciones del programa radial Rimayninchis a la revalorización del idioma quechua en la región Cusco, en el año 2022.

El análisis se sumergió en una metodología cualitativa de enfoque descriptivo y diseño no experimental, buscando descubrir cómo el programa contribuye a revalorizar el idioma quechua. Para lograr, se exploraron cuatro emisiones del programa, se realizaron observaciones directas y se entrevistó a conductores de programas radiales en quechua, todo con la intención

de captar la esencia y atributos del fenómeno investigado.

En los resultados, realizó la traducción, transcripción y análisis de los contenidos, organizados en un cuadro detallado que expone las secuencias del programa y su contribución a la revalorización del idioma quechua. En sus conclusiones, revela que el programa Rimayninchis “Nuestras Voces de Radio Inti Raymi” contribuye significativamente a la valoración y fortalecimiento del idioma quechua en la ciudad del Cusco.

Este estudio destaca la importancia del periodismo radial regional en la preservación y revitalización de las lenguas originarias indígenas, un papel fundamental de los medios de comunicación en las zonas rurales. Además, el enfoque cualitativo permitió comprender las interacciones entre los locutores y oyentes en el proceso de educación radial.

Núñez (2021), en su investigación cualitativa, analizó aspectos significativos de la experiencia profesional del conductor del programa radial “Panorama Matinal” de Radio Chota, que operó por muchos años como el primer noticiero matutino de esa provincia. El estudio analizó de cómo el programa radial tuvo impacto e influencia en la población en diversos contextos a nivel local y regional. Además, destacó la importancia del periodismo radial, como un elemento crucial para el análisis y difusión de información regional para la colectividad.

El resultado, revela que radio Chota mantiene influencia en la opinión pública como medio tradicional y es accesible a través de múltiples plataformas: dispositivos digitales y receptores tradicionales. El noticiero, contribuye al desarrollo personal, social y cultural de la humanidad y entrega de información analizada a miles de oyentes. Además, muestra que el periodista regional obedece a principios de libertad de expresión, la autonomía y retroacción de conductas.

Concluye que, el periodista radial del noticiero “Panorama Matutino” de radio Chota, vibra en la inmediatez de los hechos e influye en la opinión pública con información real y emociones frescas. La claridad, autenticidad y el manejo transparente de información, permite que el periodista radial sea un aliado indispensable de la población en la región Cajamarca.

2.3 Bases teóricas

2.3.1 Bases teóricas: Rol de la radio

2.3.1.1 Teorías y enfoques teóricos.

La radio, como canal de comunicación a gran escala, ha sido fundamental en la vida social desde el siglo XX, principalmente en su rol informativo. Su impacto va más allá de la

simple difusión de noticias o el entretenimiento, pues se consolidó como un espacio esencial para generar significados, transmitir discursos y definir identidades culturales. En el caso del Perú, la radio evolucionó para cumplir múltiples funciones, entre ellas, las de resistencia, inclusión y participación comunitaria. Por otro lado, estudios señalan que alrededor del 80% de latinoamericanos en el siglo XX no tuvieron acceso a un periódico, lo que limitó su conocimiento sobre la realidad socioeconómica y restringió su participación en decisiones importantes. Frente a ello, la radio, por ser un medio cercano y accesible, ayudó a superar posteriormente estas barreras, brindando no solo entretenimiento, sino también educación e información que impulsaron el progreso social y económico (Ordóñez, 1974).

Según Martín-Barbero (1987), en su obra *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*, el papel de los medios radiales debe comprenderse en relación con las prácticas culturales y los contextos locales. En este sentido, la radio además de transmitir información debería de actuar como un puente entre lo institucional (formal) y lo popular (informal), así como entre la política y la vida cotidiana de la población.

Con respecto a la radio como actor dentro de las redes de poder simbólico y político, Castells (2009), la presenta como un medio adaptable e influyente (que acompaña en ciertos momentos), pero que en la era digital tiende a ser absorbido por las redes corporativas: la edición o grabación digital facilita la integración de estaciones locales en redes nacionales de poder, y lo netamente radial suele ser a veces contenido centralizado y adecuado al contexto de la audiencia local; incluso el punto de vista de la radio se percibe como una opinión regional segmentada por el marketing.

En términos de poder simbólico, encarna que la radio ayuda a construir significados (marcos, narrativas, sentido de comunidad, etc.) mientras mantiene una apariencia de cercanía; y en términos de poder político, permite la programación de agendas y climas de opinión a nivel regional desde la toma de fallos (corporativos/estatales), principalmente cuando las opiniones están centradas en cambios regulatorios que favorecen a oligopolios multimedia.

El autor, muestra también dos caras de la lucha por el control del flujo de comunicación: por un lado, la radio puede ser bloqueada al transmitir versiones alternativas (la “injerencia” de la BBC en la dictadura); por otro lado, puede perpetrar información aglutinado y alineado con el poder (Ejemplo, el control de emisoras de Gazprom Media en el contexto del Estado Ruso, bajo el mando de Vladimir Putin), en ese sentido pasaría a formar parte de una arquitectura mediática que refuerza y estabiliza las relaciones de poder.

Por su parte, McQuail (2010), en su análisis sobre la comunicación de masas, destaca que los medios cumplen funciones de diversión, activación y representación cultural. La radio, en particular, debido a su rapidez, bajo costo y accesibilidad, ha demostrado ser un medio eficaz para fortalecer el sentido de comunidad, especialmente en lugares donde otros medios no tienen el mismo alcance. De este modo, la radio se convierte en un enlace entre los acontecimientos políticos y la ciudadanía, consolidándose como un agente clave en la formación de opinión.

De acuerdo con Alaminos-Fernández (2022), los medios de masas, incluida la radio, cumplen una función crucial como nexos entre los políticos y el público. A través de ellos se configura una agenda informativa que señala los asuntos relevantes del debate social. La radio, además de difundir datos, incide en la forma en que los ciudadanos interpretan y valoran los temas políticos, construyendo realidades y marcos de pensamiento a través de la selección y exposición de información. En cambio, Hernández (2019), enfatiza que las radios comunitarias no se limitan a ofrecer información noticiosa; mediante sus métodos de comunicación, buscan involucrar a la comunidad en la creación de contenidos y dar poder a los grupos ignorados por los medios tradicionales. La interacción inmediata con la audiencia refuerza el acceso equitativo a la información e integra las perspectivas históricamente excluidas en el debate público.

En esa misma línea, Buendía y Pino (2008), sostienen que las radios comunitarias poseen un gran potencial para incentivar la participación ciudadana y fortalecer la opinión pública mediante espacios de diálogo y reflexión. Más que informar, educar y entretener, la radio se convierte en un agente educativo y promotor social, donde los pueblos comparten sus puntos de vista, experiencias y participan activamente en procesos democráticos. Ejemplo de ello son las iniciativas de Radios Ciudadanas y Espacios de Democracia, que redefinen el ámbito público local, generando foros de discusión política y social.

Por su parte, Lozano (2007), señala que la radio regional genera un clima de pluralidad y diversidad en contextos específicos, reforzando las prácticas democráticas al involucrar al pueblo en debates abiertos, inclusivos y reflexivos. Además, sostiene que estas emisoras actúan como espacios de resistencia frente a los medios nacionales dominados por intereses de poder, sin abandonar su rol informativo y educativo.

2.3.1.2 Importancia de la radio.

Desde sus inicios, la radio ha sido valorada por su accesibilidad, alcance y eficacia en la formación de opinión pública. Históricamente, se consolidó como la voz de los sectores populares en contextos de cambio social y político. Su capacidad de llegar a grandes audiencias,

incluidas zonas rurales y comunidades marginadas, le otorgó un papel decisivo en la repartición equitativa y democratización de la información.

En este marco, la radio regional adquiere un rol particular en la formación de opinión pública, pues integra a la población rural, tradicionalmente excluida de los espacios de decisión y genera ámbitos donde los ciudadanos pueden discutir libremente sobre asuntos que afectan a su entorno. Así, la radio es un instrumento que posibilita la interacción entre actores políticos y la sociedad civil (Alaminos-Fernández, 2022).

Defleur y Ball-Rokeach (1989), afirman que la radio influye de manera significativa en la opinión pública y en la estructura social, especialmente en contextos de agitación política, al promover la participación ciudadana y la creación de consensos. Para estos autores, la verdadera importancia de los medios radiales no reside en sus efectos inmediatos, sino en las influencias menos visibles y duraderas sobre la cultura y la organización social. Su planteamiento cuestiona las teorías iniciales que priorizaban efectos a corto plazo y medibles, basados en modelos conductistas de estímulo-respuesta y en métodos experimentales al proponer que la influencia esencial de los medios debe comprenderse en términos de impactos culturales y estructurales.

Por su parte, Buendía & Pino (2008), destacan que la radio regional no solo informa y orienta, sino que también constituye un espacio dinámico de intercambio de opiniones y expresión ciudadana. Su calidad radica en la capacidad de representar a los sectores marginados y su papel como protagonista social que refleja los intereses colectivos.

En la misma dirección, Hernández (2019), sostiene que la radio regional adquiere una relevancia particular en tiempos de crisis política, cuando se convierte en un medio vital para preservar la democracia. Su capacidad para fomentar la inclusión social y garantizar la participación de la ciudadanía en la vida política refuerza su papel como recurso esencial para la educación, la información y la cohesión social.

2.3.1.3 Características de la radio.

Según García (1980), el término “radio” se refiere a la propagación de ondas que, al ser recibidas por un dispositivo, se convierten en señales eléctricas y posteriormente en sonidos o símbolos comprensibles para los oyentes. Asimismo, al presentarse como radioteléfono o frecuencia de radio, se vincula con la difusión de contenidos en espacios radiales. De esta manera, la radio se caracteriza por ser un medio comunicativo accesible, cercano y sumamente versátil frente a las distintas realidades sociales y culturales en las que se encuentra.

A diferencia de otros medios, la radio no requiere construcciones costosas ni tecnologías sofisticadas para cumplir su función informativa, rasgo que le permitió desplegarse eficazmente en comunidades rurales y poblaciones en situación de precariedad o exclusión. Según este autor, algunas cuestiones clave que identifican a la radio son: La emisión de contenidos radiales debe estar debidamente identificada; incluyendo el nombre del medio, la ciudad, el país, la frecuencia y de manera opcional, la fuerza de la señal. Asimismo, se establece que el personal y los locutores deben contar con licencia para hablar o emitir juicios a través de la radio, a fin de contribuir de manera responsable a la solución de problemas sociales. En el caso de los periodistas, deben poseer una tarjeta profesional que los acredite y en ninguna circunstancia podrán transmitir contenidos que inciten a la perturbación del orden público.

De igual modo, los programas radiales deben estar registrados ante el Ministerio correspondiente, en este caso, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones. Es importante señalar que no puede difundir contenidos que atenten contra la Constitución, las leyes, los gobiernos, las relaciones universales, ni hechos que vulneren la vida y bienes de la población.

Se exige, además, un uso adecuado del lenguaje, evitando expresiones con juegos de palabras, doble sentido o intenciones que puedan herir o menoscabar la dignidad de personas o entidades. Respecto a la cobertura de noticias, aquellas relacionadas con hechos delictivos deben transmitirse con mesura y objetividad, evitando descripciones crudas o apologías del delito. En el caso de noticias que involucren a menores de edad, no se debe mencionar su nombre por criterios éticos y de protección. Finalmente, las emisoras radiales deben emitir su programación en el idioma oficial del país, salvo casos excepcionales que cuenten con autorización expresa de la autoridad competente (García, 1980).

Estos lineamientos de la radio son esenciales para comprender las normas que regulan el funcionamiento de las estaciones radiales, asegurando que los contenidos transmitidos sean adecuados, responsables y cumplan con la legislación vigente.

Por su parte, Buendía y Pino (2008), destacan que la radio se distingue por su cercanía con el público y su enfoque comunicativo que generalmente es oral y directo, permite que los oyentes se sientan incluidos en un sitio de interacción y participación, al tiempo que garantiza que la información compartida no sea ofensiva ni promueva conductas perjudiciales. Estas regulaciones resultan vitales para mantener un equilibrio entre la libertad de expresión y la protección de los derechos individuales y colectivos de la comunicación.

Hernández (2019), subraya que otra característica de la radio es su capacidad para adaptarse a distintos contextos culturales, sociales y políticos, ofreciendo contenidos alineados con las necesidades e intereses regionales. Esta flexibilidad le permite actuar como un medio de integración, estableciendo conexiones entre diversos grupos sociales y facilitando el acceso a la información, incluso en regiones aisladas o durante crisis.

2.3.1.4 Dimensiones.

2.3.1.4.1 Rol informativo.

La radio tiene como función primordial la de informar a su público, transmitiendo temas actuales y de relevancia en el contexto social. A través de sus programas noticiosos y de opinión, ofrece a la audiencia una enseñanza informal que, más allá de los hechos, contribuye a la formación de criterios y al desarrollo de valores y principios, guiados por la línea editorial de cada emisora. En este sentido, el rol informativo de la radio se caracteriza por la seriedad y responsabilidad con las que los periodistas presentan y desarrollan las noticias.

A pesar de las limitaciones estructurales y económicas, las radios comunitarias en el Perú han demostrado ser un recurso valioso en la difusión de información regional y en el empoderamiento de comunidades, esencialmente en contextos de exclusión. En zonas rurales, la radio se ha convertido en un escudo crucial para generar consensos y fortalecer la cohesión social. Sin embargo, la irrupción de las tecnologías digitales ha transformado las dinámicas informativas, ampliando las opciones de acceso a contenidos y generando nuevos criterios de elección en la audiencia, en función a la calidad de información (Pinargote et al., 2019).

2.3.1.4.2 Rol educativo.

Desde la aparición de las radios populares en el siglo XX, la función educativa de la radio se orientó a mediar en los procesos de enseñanza y aprendizaje, constituyéndose en una alternativa accesible para comunidades que enfrentaban serias dificultades en el acceso a la educación formal. En este sentido, las emisoras populares ofrecen educación y orientación en temas específicos de interés común, como la salud, organización comunitaria, entre otros.

En la década de 1960, diversas radios populares en el Perú comenzaron a transmitir contenidos académicos y a promover procesos de alfabetización mediática, permitiendo que los estudiantes y las poblaciones rurales no solo consumieran información noticiosa, sino que también desarrollaran capacidades críticas para reflexionar sobre distintos problemas de la cotidianidad.

La radio, en su rol educativo, fomenta además el aprendizaje de competencias esenciales mediante metodologías prácticas, tales como el manejo y adaptación de herramientas tecnológicas, la evaluación crítica de programas educativos y la capacidad para crear y ofrecer espacios comunicativos. Este proceso de alfabetización contribuyó a la formación de una ciudadanía activa, crítica y consciente, capaz de discernir y emitir juicios sobre la realidad social y política del país (Carias et al., 2021).

2.3.1.4.3 Rol de entretenimiento.

Los grandes medios de comunicación cumplen una función propagandística: tienden a movilizar apoyo para los intereses que dominan la actividad estatal y privada, además de gestionar la opinión pública definiendo lo que la gente puede ver, oír y pensar. Según el modelo de Herman y Chomsky (2008), esta propaganda no requiere censura directa: surge de filtros organizados como la propiedad y el control, la dependencia de la publicidad, las relaciones con quienes definen las noticias, las críticas y la opinión de expertos que fijan lo aceptable. Es así como, gran parte del sesgo se exhibe como autocensura de límites, más que como conspiración. También explican que el modelo describe las fuerzas que moldean la conducta de los medios, pero no garantizan que la propaganda siempre sea efectiva.

La propaganda opera cuando los principales medios filtran la información para asistir a las élites, influenciados por su propiedad corporativa, la publicidad, las fuentes oficiales, las presiones y la ideología dominante que define lo aceptable para el debate. Parte de la idea de que los medios filtran información, la propaganda se entiende mejor como un sistema que organiza lo que la gente ve, discute y cree importante. Ello funciona principalmente controlando qué temas entran en el debate, su importancia (jerarquía) y desde qué perspectiva se interpretan (encuadre), de modo que un mismo evento pueda ser visto como una crisis, una amenaza, un error o una respuesta necesaria, influyendo en las emociones y recursos que el público considera aceptables.

Por lo tanto, la radio cumple, además de su función informativa y educativa, un papel de entretenimiento, que se revela esencial para captar la atención de variados segmentos de la audiencia, incluyendo niños, jóvenes y adultos. Dentro de este contexto, el formato de “magacín” se configura como una modalidad de programa que amalgama una variedad de contenidos, desde información formal hasta espacios de comedia y humor, propiciando una experiencia más liviana y accesible en comparación con los programas de análisis o discusión.

El entretenimiento en la radio exige constante renovación de contenidos, lo que obliga

a los conductores a mantenerse renovados con los eventos y novedades del entorno social. Así, la dimensión lúdica de estos programas no solo cumple la función de divertir, sino que también facilita la comprensión de mensajes y los hace más atractivos para los radioescuchas. De este modo, el rol de entretenimiento de la radio contribuye a adaptar el mensaje comunicativo a las distintas necesidades y preferencias de la audiencia (González, 2020).

2.3.2 Bases teóricas Opinión pública

2.3.2.1 Teorías y enfoques teóricos.

La opinión pública, entendida como la expresión grupal en torno a temas de interés colectivo, constituye un elemento esencial en la interacción social y política. Su relevancia se incrementó con la evolución de los medios de comunicación y con el creciente involucramiento de los ciudadanos en sistemas democráticos sólidos. Analizar este fenómeno permite evaluar las ideas sociales y políticas, así como su efecto en la estabilidad de la democracia.

La opinión pública se transforma en un objeto primordial de estudio dentro de la teoría política y comunicacional moderna. Su contribución radica en contraponerse a la perspectiva clásica que concebía a la opinión pública como racional, informada e independiente. Según Lippmann (1997), los ciudadanos no operan en función de la realidad objetiva, sino en un pseudo-entorno estructurado por signos mentales, estereotipos y narrativas mediáticas. Así, la opinión pública se interpreta como el producto de interpretaciones simplificadas de una realidad demasiado confusa para ser accesible de manera directa por la mayoría. De ahí que, se transforma en un objeto de análisis, cuantificable y susceptible de influencia, instaurando una visión realista sobre su función democrática en las masas.

La opinión pública es una herramienta poderosa para la toma de decisiones colectivas, siempre que los ciudadanos tengan acceso a información equilibrada y contrastada. En este escenario, los medios de comunicación desempeñan un rol crucial en la formación de la opinión pública, al proporcionar a la población datos verificados que permitan construir una concepción informada y relevante sobre los asuntos de interés común.

Por su parte, Habermas (1991) reconstruye la opinión pública desde una perspectiva histórica-crítica. Su interés no se centra solo en cómo funciona, sino en cómo surge, qué ideal normativo encarnó y por qué ese ideal se transforma y se debilita. Analiza el nacimiento de la esfera pública burguesa en los siglos XVII y XVIII, donde la opinión pública se creaba mediante el debate racional entre ciudadanos en espacios privados como cafés y prensa. A partir de ahí, se muestra de cómo este ideal crítico se degrada con la expansión del mercado, la publicidad,

el Estado y los medios masivos; dando lugar a una opinión publicada más que a una opinión formada mediante deliberación de ideas. Entonces, la opinión pública es entendida como una institución histórica y comunicativa que depende de condiciones de argumentación.

Comprender la construcción de la opinión pública implica también meditar con juicio la teoría de la espiral del silencio, la cual sostiene que los individuos, en muchas ocasiones, evitan manifestar sus puntos de vista cuando los consideran poco comunes o creen que no serán bien recibidos, debido al temor a quedar aislados y excluidos socialmente. Este proceso afecta la diversidad de voces en el espacio público y se ha evidenciado en contextos políticos autoritarios o dictatoriales en diversos países.

En ese contexto, Noelle-Neumann (2010), refuerza que la opinión pública atendiendo a su dinámica social y psicológica se basa en la Teoría de la Espiral del Silencio, según la cual los individuos temen el aislamiento social y por ello, observan constantemente el clima de opinión dominante. Cuando perciben que su postura es minoritaria o socialmente rechazada, tienden a callar, vigorizando así la figura de consenso. En este proceso, los medios de comunicación cumplen un papel decisivo al ampliar ciertas posiciones y silenciar otras. De esta manera, la opinión pública se explica como un fenómeno de presión social y visibilidad, donde no todas las opiniones se expresan en igualdad de condiciones.

De tal modo, Lippmann resume que una sistematización moderna define que la opinión pública es crucial en sociedades mediáticas. Mientras, Habermas dice que la opinión reformada, histórica y crítica se distingue por ser ideal normativo y empírica, en tanto; Noelle-Neumann revela que los mecanismos psicosociales regulan a quién habla, quién calla y por qué ciertas opiniones se imponen como dominantes. También, Gómez (1982), relata que la opinión pública es un fenómeno social tanto dinámico y complejo, que refleja el conjunto de creencias, ideas, actitudes y emociones que una comunidad muestra respecto a temas de interés colectivo. A lo largo del tiempo, esta dejó de estar restringida a determinados grupos culturales y de poder para convertirse en una esfera más amplia en la modernidad, donde las masas acceden de manera creciente a información procesada a través de los medios de comunicación.

En ese sentido, la opinión pública desempeña también un papel esencial en la defensa y desarrollo de los sistemas democráticos, pues representa la voluntad general de la población y otorga legitimidad a la autoridad política. Desde la antigua Grecia y Roma, el poder reconocía la importancia de su generación como una base esencial, aunque su alcance y manifestación dependían de las condiciones sociales y políticas de cada gobierno. No obstante, con el

advenimiento de la industrialización y el crecimiento de los medios de comunicación, la opinión pública adquirió la capacidad de influir significativamente en la toma de decisiones y en la vida política de numerosos países (Gómez, 1982).

En esta misma línea, Ramírez (1969) resalta el papel decisivo que desempeña la opinión pública en el fortalecimiento de la democracia, al considerarla no únicamente como un conjunto de opiniones diversas, sino como una manifestación genuina de la voluntad ciudadana en torno a la participación política. Así, la opinión pública se desarrolla y transforma en un contexto social plural, donde el acceso a la información y la libertad de expresión constituyen pilares fundamentales para la vida democrática.

2.3.2.2 Importancia de opinión pública.

La opinión pública adquiere notoriedad al situarse como un fenómeno social y comunicativo básico para el adecuado ejercicio de las democracias, pues refleja actitudes y pareceres concertados que inciden en las decisiones políticas, sociales y culturales de una población. Reconocer su calidad implica examinar cómo un conjunto de opiniones contribuye a generar consensos, validar el poder y fomentar la participación ciudadana en los procesos de deliberación.

En este marco, la opinión pública se articula en la denominada “esfera pública”, entendida como un espacio donde las personas discuten y elaboran opiniones críticas sobre diversos temas, lo que asiste a legitimar las decisiones políticas. Esta conversación colectiva resulta esencial para la democracia, ya que facilita que las acciones de gobierno representen el sentir común y estén sujetas a la vigilancia ciudadana. De este modo, el pensamiento colectivo actúa como un instrumento que garantiza la transparencia en la administración de los recursos públicos y exige líderes responsables (Habermas, 1981).

Desde otra perspectiva, la generación de opinión pública se sustenta en la cooperación ciudadana, dado que cumple un rol central en el activismo social y en la participación de los ciudadanos en procesos democráticos. Cuando los individuos perciben que sus perspectivas son tomadas en cuenta, tienden a involucrarse de manera efectiva y comprometida en discusiones, deliberaciones y actividades colectivas (Capellán, 2008).

Asimismo, la relevancia de la opinión pública radica en promover una percepción colectiva ordenada, plural y educada, que impulse la inclusión social y fortalezca la estructura democrática de una región. En este proceso, los medios de comunicación desempeñan un papel

clave en la construcción, difusión y consolidación de las perspectivas colectivas, al facilitar la circulación de información y opiniones consensuadas (Sampedro, 2021).

Por otro lado, la importancia de la opinión pública también se refleja en la forma en que las personas procesan una realidad. Durante este ejercicio se seleccionan, interpretan y difunden datos que configuran visiones colectivas. Por ello, contar con una diversidad de puntos de vista resulta fundamental para que la opinión pública sea representativa, consistente y equitativa.

En esta línea, la opinión pública se constituye como un campo en el que operan dinámicas esenciales de poder. Las élites políticas y económicas buscan influir en ella mediante estrategias comunicativas, propaganda y relaciones públicas, con el fin de consolidar su posición y controlar la agenda. Reconocer esta dimensión resulta precisa para comprender los desafíos que enfrenta la opinión pública al momento de representar un dato auténtico del sentir colectivo (Bernays, 2005).

Con el desarrollo de la tecnología y la expansión de las plataformas digitales, la opinión pública se manifiesta hoy de manera más dinámica e interactiva, ampliando las formas de participación ciudadana desde lo individual hasta lo global (Noelle-Neumann, 2010). Sin embargo, la opinión pública en el ámbito digital enfrenta retos definibles como la fragmentación del debate, la polarización de ideas y el tráfico de información falsa; factores que pueden restringir la polémica informada y reducir su eficacia como mecanismo democrático de control social y mediático.

2.3.2.3 Características de opinión pública.

La opinión pública, en primera instancia, se caracteriza por ser un fenómeno social que refleja las percepciones, actitudes y pareceres compartidos por un grupo social respecto a temas de interés común. Se trata de un fenómeno dinámico y cambiante, influido por factores sociales, culturales, políticos y mediáticos que moldean tanto su contenido como su alcance.

Asimismo, la opinión pública procede como un mecanismo de control social, pues ejerce presión sobre instituciones y actores políticos para que respondan a las demandas ciudadanas en diferentes contextos. En efecto, este fenómeno varía en función a los contextos históricos, políticos y culturales de cada país. No es estático, sino que se transforma conforme se modifican las condiciones sociales y la información disponible (Gómez, 1982).

Según Migliucci (2018), la opinión pública presenta características particulares: suele ser vista como pasiva y vulnerable a la manipulación informativa, llevó a algunos académicos

a considerarla débil. Se entiende como susceptible a la influencia de medios como la radio y el cine, consolidándose en determinados contextos como una herramienta de persuasión masiva. Si bien se reconoce su relevancia en la democracia, también existe el temor de que, con el avance de las tecnologías, pierda capacidad para resistir la manipulación. En este sentido, se evidencia una tensión entre la visión tradicional de la opinión pública como fuerza activa en las democracias y una perspectiva más crítica que subraya su vulnerabilidad frente a la propaganda y los medios de comunicación.

No obstante, otros autores sostienen que la opinión pública continúa siendo un componente esencial del sistema democrático, pues permite la participación ciudadana, el análisis crítico y la elección legítima de los gobernantes, influyendo además en la formulación de políticas públicas que atiende los intereses de la colectividad.

En una comunidad abierta al pensamiento colectivo y a la diversidad de opiniones, la opinión pública se manifiesta como la suma de perspectivas expresadas de manera voluntaria. Esta pluralidad de puntos de vista refleja la variedad de posiciones sociales y políticas de los ciudadanos, lo que resulta esencial para la discusión y construcción de consensos, constituyendo así una característica principal del debate (Ramírez, 1969).

Del mismo modo, la opinión pública también se caracteriza por su vulnerabilidad frente a diversas influencias, tales como los medios de comunicación, las tradiciones, costumbres, culturas, así como los intereses sociales y políticos de un país. En consecuencia, puede presentar variaciones o mostrar inconsistencias en determinados momentos históricos (Gómez, 1982).

En ese contexto, la opinión pública se reconoce como un componente clave de la interacción social y la influencia de la ciudadanía en políticas gubernamentales, especialmente en los regímenes democráticos actuales. Se trata de un fenómeno complejo en constante formación, condicionado por la disponibilidad de información, la calidad de la comunicación y la participación crítica de la población.

Entre sus características más notables destacan: su esencia social y cambiante, su estrecha relación con la comunicación y la democracia, su diversidad y variabilidad, así como su rol en la legitimación del poder. Estos elementos permiten entender a la opinión pública no solo como un espejo de la percepción ciudadana, sino también como un actor activo que incide en las decisiones políticas y en la capacidad de los gobernantes. En efecto, comprender estas facetas de la opinión pública, posibilita una evaluación crítica de su papel en la construcción de las sociedades democráticas (Ramírez, 1969).

2.3.2.4 Dimensiones.

2.3.2.4.1 Periodista.

La opinión del periodista, o perspectiva periodística, puede entenderse en dos contextos principales. En primer lugar, el periodismo de opinión propiamente dicho: dónde el periodista expresa un punto de vista crítico sobre un tema de interés común. En segundo lugar, la influencia momentánea que ejerce la expresión del periodista frente a un hecho o noticia circunstancial que surge de manera repentina. Para generar opinión pública, el periodista requiere de una herramienta esencial: el medio de comunicación.

En ese sentido, al seleccionar y presentar las noticias, los periodistas interpretan la realidad y, por ende, influyen en la forma en que la sociedad percibe los hechos y sucesos del contexto. La manera en que una noticia es presentada, el lenguaje utilizado, la estructura narrativa y el enfoque periodístico aplicada, ejerce un efecto persuasivo sobre el público al momento de recibir la información. En su rol clásico, el periodista tiene la función de mantener informada a la sociedad sobre los acontecimientos actuales a través de distintos formatos de comunicación como noticias, reportajes, entrevistas y programas de análisis.

Asimismo, la perspectiva periodística en la construcción de opinión pública reside en la capacidad del periodista de actuar como mediador y enlace principal entre distintos grupos sociales, proporcionando información comprensible y relevante. De acuerdo con Araujo (1980), el periodista debe ser discreto, informado, responsable y con visión global, capaz de abordar diversos temas, además de analítico y ordenado al seleccionar y presentar la noticia.

Por otro lado, el periodismo de opinión constituye un género en el cual el periodista recurre a su experiencia, trayectoria y conocimientos para analizar y comentar un tema en particular. No obstante, la opinión del periodista informativo puede introducir sesgos y afectar la objetividad del ejercicio periodístico. En este marco, los periodistas que expresan sus opiniones a través de artículos, columnas y editoriales se convierten en actores clave en la construcción de la opinión pública, contribuyendo así a mantener una sociedad bien informada (Ramírez, 1969).

2.3.2.4.2 Líderes de opinión.

La opinión pública, desde la perspectiva de los líderes, cobra relevancia en la medida en que éstos ejercen un poder de influencia sobre las masas. Las opiniones de un personaje influyente pueden repercutir directamente en la toma de decisiones políticas, sociales y

económicas de un pueblo. En este sentido, los líderes de opinión que actúan a través de los medios de comunicación desempeñan un rol sustancial en la construcción de la percepción pública, ya que cualquier posición que expresen se encuentra vinculada a las perspectivas de una comunidad, región o nación.

Se resalta que los líderes de opinión son figuras o autoridades reconocidas que consumen y comparten información política de manera crítica y sensata, con el propósito de influir en sus seguidores. En consecuencia, estos líderes desempeñan un papel decisivo tanto en la difusión de información como en la propagación de noticias, colaborando con los periodistas en el filtrado de contenidos relevantes que se ajustan a la realidad (Dubois et al., 2020).

La voz de los líderes, por su influencia y credibilidad, tiene la capacidad de moldear la opinión general, transformando percepciones y actitudes de la población. Estos personajes actúan como tamices de la información: interpretan y transmiten mensajes que, posteriormente, son aceptados por la sociedad. Aunque son pocos, los líderes de opinión en la radio cumplen un papel decisivo en la formación de la opinión pública, situándose como intermediarios entre los medios de comunicación y la ciudadanía.

De acuerdo con Abreu (1998), existen diversos tipos de líderes de opinión, entre los cuales destacan los líderes carismáticos y los líderes transformadores. Los primeros logran captar la atención pública gracias a su imagen y personalidad, mientras que los segundos se orientan hacia la generación de cambios profundos y hacia la renovación continua. Asimismo, los líderes de opinión son percibidos por la sociedad como agentes de cambio, en tanto poseen características distintivas como la capacidad de persuasión, la honestidad y la habilidad de transmitir confianza, credibilidad y cercanía a la población.

2.3.2.4.3 Voz popular (*vox populi*).

La opinión pública en los medios de comunicación, en su esencia, refleja la voz de la población común y corriente. En ese sentido, la opinión colectiva que se forma a través de la interacción social y las discusiones conjuntas se manifiestan en los medios de comunicación de diversas modalidades, desde el debate en foros o reuniones formales, hasta las entrevistas o protestas callejeras en donde la población expresa libremente sus ideas.

En el contexto del populismo y comunicación, el concepto de *vox populi* se refiere a la agregación de los conocimientos y apreciaciones del pueblo, los cuales a menudo son reclutadas

y moldeadas por los líderes políticos, con fines personales o colectivas. Es decir, el término vox populi es utilizado para describir punto por punto la forma en que la voluntad del pueblo es percibida como una fuerza irrefutable, por encima de las estructuras tradicionales del poder (Aibar, 2007).

Mientras, vox populi (voz del pueblo, en latín, quiere decir: “lo que es conocido y repetido por todos”) puede referirse también a: cultura religiosa, en donde la voz popular o vox Dei, significa la expresión popular del pueblo, “la opinión popular de la gente ordinaria que revela la voluntad de Dios y debe obedecerse” en síntesis: "vox populi" se refiere a la opinión particular del ciudadano común y corriente, la que es propalado y tomado en cuenta por un medio de comunicación (Ramírez, 1969).

2.4 Definición de términos básicos

Medios de comunicación. - Son actores clave en la estructuración de la realidad social, ya que no solo informan, sino seleccionan, jerarquizan y divulgan ciertos hechos, influenciando de ese modo al debate público. Los medios de comunicación actúan como intermediarios entre los emisores y las audiencias, pero también tienen un papel activo en la política, pues sus decisiones mediante sus editoriales y dictámenes analizadas afectan la percepción pública y la agenda política para moldear la opinión pública (Califano, 2015).

Medios tradicionales. - Se refiere a los canales de comunicación que han existido desde hace décadas, como la prensa, la radio y televisión, en ese contexto; estos medios fueron empleados a lo largo de la historia para informar, entretener y educar a las sociedades. Es así, los denominados medios de masas desempeñaron un rol central en el establecimiento de una comunicación abierta y comprometida, especialmente en momentos cuando la accesibilidad a la información era limitada (Solorzano et al., 2024).

Medios digitales. - Son definidos como plataformas actuales de comunicación que usan tecnologías adecuadas para producir, distribuir y consumir contenidos. Estos medios digitales transformaron el paisaje informativo, pasando de los tradicionales a una era en la que el acceso a la información es instantáneo, global y altamente interactivo. También vulnerables, porque son canales que permiten la transferencia de mensajes instantáneas, personalizadas y sensibles a la adulteración. En estos medios al mismo tiempo existe, la producción y transmisión de imágenes, vídeos, audios y textos en un escenario social masivo. Entre los medios digitales se consideran: Instagram, Google Plus, Tik tok, Twitter, Facebook, WhatsApp, Skype, MySpace, etc. (Barredo, 2021).

Poder de la radio. - Es el dominio que tiene la radio en sus seguidores, es decir; la capacidad de informar, interactuar y persuadir en los oyentes. Como medio de difusión, la radio usa esta potestad no solo para difundir mensajes noticiosos, pues promueve la generación de opinión pública para fortalecer la participación ciudadana. En ese sentido, la radio genera espacios de debate y reflexión, permitiendo que diversas voces sean escuchadas. A su vez, conecta a la ciudadanía con su entorno social e influye considerablemente en las decisiones políticas y económicas, además de forjar espacios de discusión y análisis (Barredo, 2021; Buendía y Pino, 2008).

Opinión. En inglés y francés asume el significado sencillo del latín *opinio*: opinión; es decir, un juicio incierto que no es plenamente demostrado. En el lenguaje técnico de la filosofía, desde la *doxa* de Platón hasta el *Meinen* de Hegel, el término “opinión” corresponde exactamente al sentido del lenguaje cotidiano de una persona. Sin embargo, en otro contexto resulta más importante el significado: es a saber: «reputación o comentario»; consideración o punto de vista de alguien que representa a la opinión de los demás (Habermas, 1991).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Identificación y definición de las categorías

Categoría 1: Rol de la radio

Categoría 2: Construcción de opinión pública

3.1.1 Rol de la radio

La radio desempeña las funciones más esenciales en la vida social y cultural de las personas: la de informar, educar, entretener y enlazar a la humanidad con su entorno social. Así, la radio con estas funciones se ha constituido en las regiones del sur del País, como un medio trascendental que coadyuba al desarrollo de sus habitantes (Cruz, 2020).

3.1.2 Construcción de opinión pública

Se define como un proceso simbólico en donde los medios de comunicación tienen un rol característico al articular el consenso de opiniones de un tema circunstancial y reproducir ideas de la discusión contrastada. En efecto, la opinión pública se construye en categorías para justificar las doctrinas debatidas y edificar opiniones colectivas con la intervención de diferentes actores, entre los más importantes: Periodistas, autoridades, líderes sociales y población popular (Garcés-Corra, 2007).

3.2 Operacionalización de categorías

La operacionalización de las categorías es la propuesta metodológica mediante el cual conceptos abstractos se convierten en subcategorías que facilitan su interpretación. Su clasificación se estructura dentro de un cuadro que permite una descripción detallada.

Tabla 1

Operacionalización de las categorías de investigación

Categorías	Subcategorías	Técnicas e instrumentos de recolección
Rol de la radio	Informativo	Técnica: Entrevista
	Educativo	
	Entretenimiento	
Construcción de opinión pública	Periodistas	Instrumento: Guía de entrevista con preguntas estructuradas
	Líderes de opinión	
	Voces populares	

3.3 Métodos de investigación

En esta investigación se partió de la observación de casos particulares (los entrevistados), cuyos testimonios fueron analizados y codificados para generar subcategorías. Estas, a su vez, fueron interpretadas hasta derivar en supuestos generales. Por ello, el método adoptado fue el inductivo. Según Hernández-Sampieri & Mendoza (2018), este proceso consiste en explorar y describir acontecimientos que, de lo específico, conducen hacia una comprensión general, generando perspectivas teóricas. En otras palabras, se procede caso por caso y dato por dato hasta alcanzar una visión integral.

3.4 Tipo, nivel y diseño de investigación

3.4.1 Tipo de Investigación

El estudio de investigación se desarrolló bajo el tipo básico, que, según Haro et al. (2024), tiene como propósito ampliar el conocimiento sobre un fenómeno sin centrarse en aplicaciones prácticas inmediatas. En este sentido, se buscó comprender las categorías identificadas con una mirada prospectiva, de manera que puedan servir como fundamento para futuras investigaciones.

El presente estudio se enmarcó en el enfoque cualitativo. De acuerdo con Salazar-Escorcía (2020), la investigación cualitativa centra su atención en identificar cualidades, características y aspectos relevantes de los fenómenos, con el fin de construir la realidad tal como es observada. Este enfoque es de carácter inductivo, lo que permitió alcanzar una comprensión profunda del rol de la radio regional en la construcción de la opinión pública.

3.4.2 Nivel de investigación

La investigación correspondió al nivel descriptivo. Según Haro et al. (2024), este nivel busca detallar las características de fenómenos o poblaciones sin modificarlos ni alterar sus categorías. Bajo esta perspectiva, el estudio se orientó a describir las particularidades del rol de la radio regional y su influencia en la construcción de la opinión pública.

3.4.3 Diseño de investigación

El diseño adoptado fue fenomenológico-hermenéutico y no experimental. La fenomenología, según Salazar-Escorcía (2020), tiene como objetivo conocer y comprender los significados que las personas atribuyen a sus experiencias. Este diseño permitió interpretar el impacto subjetivo tanto en periodistas como en radioescuchas, y comprender cómo, a partir de experiencias individuales, se construyen percepciones colectivas de la realidad social, evidenciando el papel de la radio en la formación de la opinión pública.

3.5 Participantes y objeto de estudio

3.5.1 Participantes

Las unidades de análisis estuvieron constituidas por 10 profesionales del periodismo (5 periodistas de Radio Onda Azul y 5 de Pachamama Radio), así como 5 líderes de opinión y 5 radioescuchas participantes activos de estas dos radios regionales de la ciudad de Puno (2025). La selección de los participantes se realizó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, acorde a la lógica de la investigación cualitativa.

Radio Onda Azul. Qhichwa Rimayninchik (programa educativo-cultural en quechua), Mundo Natural (espacio contratado), Onda Azul Noticias-Edición Central (informativo), Participación Ciudadana (análisis y debate), Espacio Musical (música variada), Semillas de Vida (evangelización católica), Primero lo Nuestro (magazín, folklore puneño), Onda Azul Noticias-Edición Medio Día (informativo), Gaceta Deportiva (informativo deportivo), Onda Juvenil (programa de música tropical), Aymara Arusa (programa educativo en aymara), Onda Azul Noticias-Edición Nocturna (informativo), El Saborcito de la Noche (espacio de saludos por cumpleaños).

Pachamama Radio. Pacha Rigch'ariy (cultural de orientación en quechua), Pachamama Noticias I (informativo), Valgan Verdades (Debate), Arusa, Nuestra Palabra (contenido social, cultural), Tus Mañanas en Familia (informativo musical), Pachamama Noticias II (informativo), Pachamama Deportes (informativo deportivo), Espacio Musical (entretenimiento), Ritmo de la Tarde (entretenimiento), Markasa Layku (programa cultural en aymara), Pachamama Noticias III Edición (informativo), Noches Felices (entretenimiento).

3.5.2 Objeto de estudio

Como unidades de estudio se consideraron dos radioemisoras de alcance regional: Radio Onda Azul y Pachamama Radio, ambas ubicadas en la ciudad de Puno. Esta región altiplánica cuenta con una población aproximada de 1'238,435 habitantes, quienes constituyen la audiencia potencial expuesta a los medios de comunicación social.

3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1 Técnicas

Para lograr los objetivos propuestos, se utilizó la entrevista como técnica. Dentro del enfoque cualitativo, esta permite la descripción organizada de fenómenos y la recopilación de información social. Según Espinoza (2019), la entrevista puede presentarse en distintas formas: asistemática o libre, estructurada, focalizada, simultánea y sucesiva.

3.6.2 Instrumentos

El instrumento utilizado fue la guía de entrevista estructurada, diseñada para recoger las respuestas de periodistas de Radio Onda Azul y Pachamama Radio, así como de radioescuchas de la ciudad de Puno. La guía fue sometida previamente a un proceso de validación por Juicio de Expertos, a fin de garantizar su pertinencia y fiabilidad.

3.6.3 Validación del instrumento

La validación se realizó a través del juicio de expertos, un procedimiento de consistencia interna que permitió evaluar la fiabilidad del instrumento. El comité estuvo integrado por profesionales con grado de doctor y docentes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA) de Puno.

Tabla 2

Validación de juicio de expertos

Nº Ord	Apellidos y Nombres	Puntaje	Valoración
1	Dr. Apaza Quispe, Javier Arturo	43	Válido, aplicar
2	Dr. Apaza Ticona, Jorge	50	Válido, aplicar
3	Dr. Rodriguez Rocha, Luigi Hedrik	45	Válido, aplicar

Fuente: Ficha de validación de los expertos.

3.7 Técnicas de procesamiento de datos

Para organizar y procesar los datos se utilizó una serie de estrategias, las mismas basadas en teorías adecuadas para una correcta descripción de los resultados. Además, se usó como apoyo en la organización y análisis de datos, el software Atlas. Ti., que es una herramienta de análisis fiable en investigaciones cualitativas. La presente investigación se ocupó de analizar y describir el rol de la radio regional en la construcción de la opinión pública en la región de Puno durante el año 2025. A través de categorías y subcategorías dentro del enfoque cualitativo, se estudió cómo las emisoras regionales inducen de manera significativa en la percepción colectiva de la sociedad puneña, destacando su rol informativo, educativo y de entretenimiento.

En el procesamiento de datos, la investigación consideró la percepción individualizada de los entrevistados, es así; los resultados de análisis que emitió el software Atlas. Ti., se resume en que la radio regional actúa como un canal de comunicación, que moldea la manera en la que los radioescuchas perciben e interpretan los fenómenos que afectan su modo de vida diaria. En ese sentido, se abordó el impacto de la radio como un actor mediático que facilita la consolidación de una opinión pública mejor informada y analizada.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Resultados de la investigación

El presente apartado se ocupa de describir y analizar el rol de la radio regional en la construcción de la opinión pública en la región de Puno durante el año 2025. Mediante un enfoque cualitativo, alineado al diseño hermenéutico, el estudio relata de cómo las emisoras regionales Onda Azul y Pachamama Radio, inciden en la percepción colectiva de los puneños y destaca sus roles fundamentales. Se valoraron los mensajes brindados por los entrevistados respecto al rol de la radio regional, así como la forma en que éstos son producidos, contextualizados y adaptados a las realidades sociales de la región Puno, para generar opinión pública.

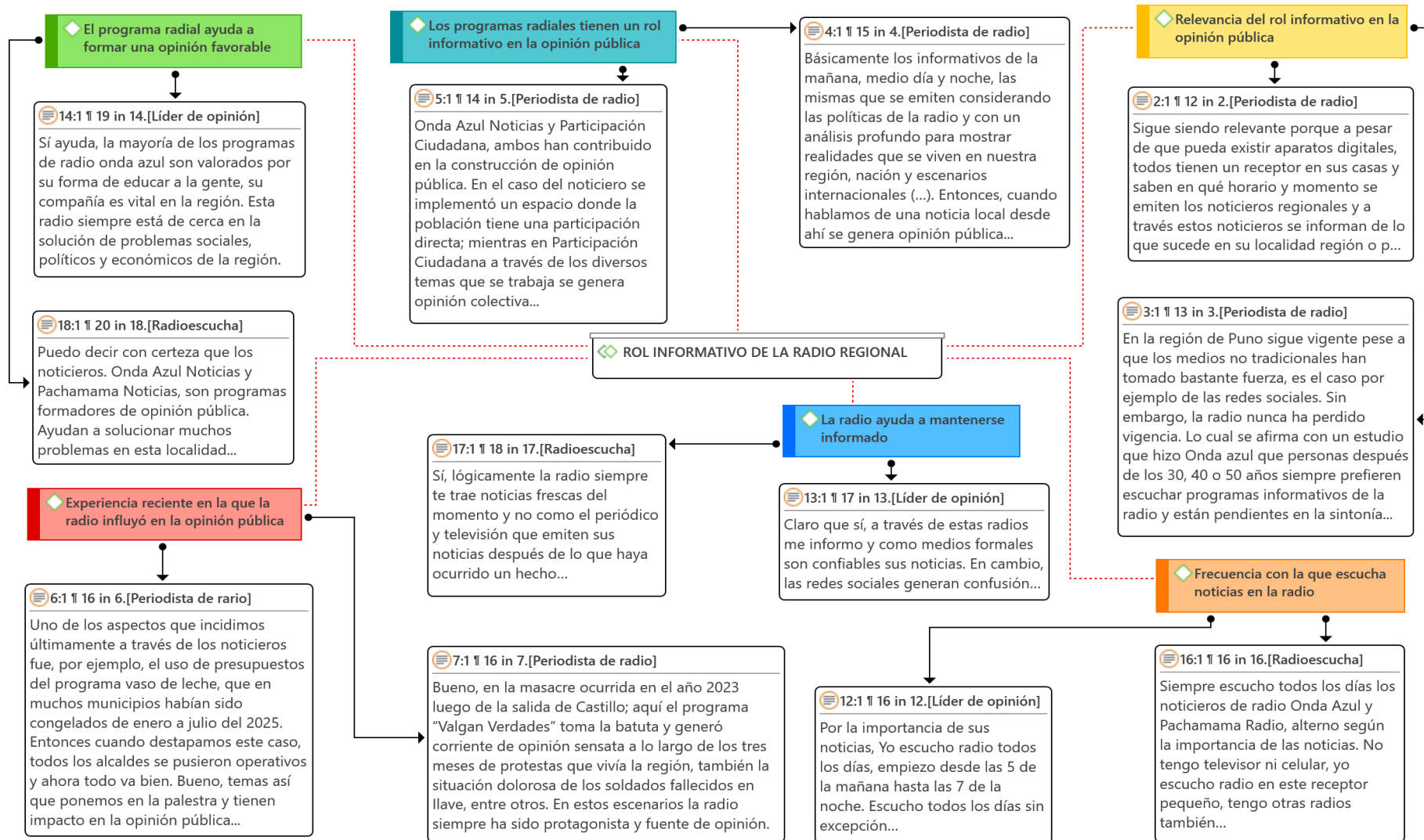
En tanto, se identificó que la radio regional actúa como un canal de comunicación cercano y accesible, capaz de formar las representaciones que los radioescuchas construyen sobre los hechos que inciden en su vida diaria, ofreciendo un discurso que fusiona inmediatez, pertinencia cultural y un lenguaje claro para su audiencia. Asimismo, se constató su papel como mediadora entre las comunidades e instancias públicas, transmitiendo noticias, valores, narrativas y perspectivas que fortalecen el tejido social y contribuyen persuasivamente a preservar y reforzar la identidad cultural a nivel regional. Se profundizó en el supuesto de que la radio sigue siendo un actor mediático esencial para la formación de opiniones más informadas y críticas, desempeñando en ese sentido un rol insustituible donde la familiaridad y su cercanía siguen siendo sus mayores fortalezas frente a otros medios alternativos. Su capacidad para llegar a diversas comunidades de la región y transmitir contenidos con una voz sencilla, la mantiene vigente, al igual que su contribución al fomento del diálogo y debate público.

Los resultados revelan que, la radio regional es un medio accesible y cercano a las poblaciones rurales, capaz de llegar a grandes audiencias mediante la difusión de noticias, programas educativos, espacios culturales y de entretenimiento. Su rol, influye ampliamente en la formación de la opinión pública y resulta primordial en las relaciones interpersonales, comerciales y la comunicación en general. En consecuencia, a pesar de la presencia invasiva de otros medios digitales, la radio continúa extendiendo tres roles vitales: informar a la audiencia, educar sobre temas relevantes y ofrecer contenidos de entretenimiento.

4.1.1 Rol informativo de la radio regional en la construcción de opinión pública

Figura 1

Rol informativo de la radio regional en la construcción de opinión pública



Conforme a las entrevistas que se presentan en la Figura 1, la radio actúa como una de las principales fuentes de difusión de noticias en la región de Puno, divulgando información de carácter local, nacional e internacional. Esto abarca desde noticias de última hora hasta resúmenes detallados de eventos políticos, económicos, sociales y culturales que ocurren en la región y el país. Además, revelan que la radio llega a un público numeroso en el menor tiempo posible y reconocen como un medio formal que transmite información de manera responsable. Independientemente a la naturaleza imprevista de los sucesos, la tarea informativa (rol informativo) de la radio mantiene relevancia en los noticieros y programas de análisis de radio Onda Azul y Pachamama Radio, consideradas como las únicas radios de corte regional que fomentan la opinión pública.

Por otro lado, se constató que ambas estaciones radiales son referentes o fuentes principales de noticias dentro la región de Puno, en contextos habituales y más aún en espacios complejos que atraviesa el sur del País, tales como; convulsiones sociales, paros regionales, momentos de elección popular y emergencias de cualquier índole. Este fenómeno (rol informativo) se muestra a través de los noticieros: Onda Azul Noticias 1ra, 2da y 3ra edición, y Pachamama Noticias; mañana, medio día y noche. Asimismo, en los programas de análisis como: Participación ciudadana de Onda Azul y Valgan Verdades de Pachamama Radio, que contribuyen a la edificación de opinión pública y debate de la colectividad, frente a otros medios cuyos contenidos no siempre resultan confiables.

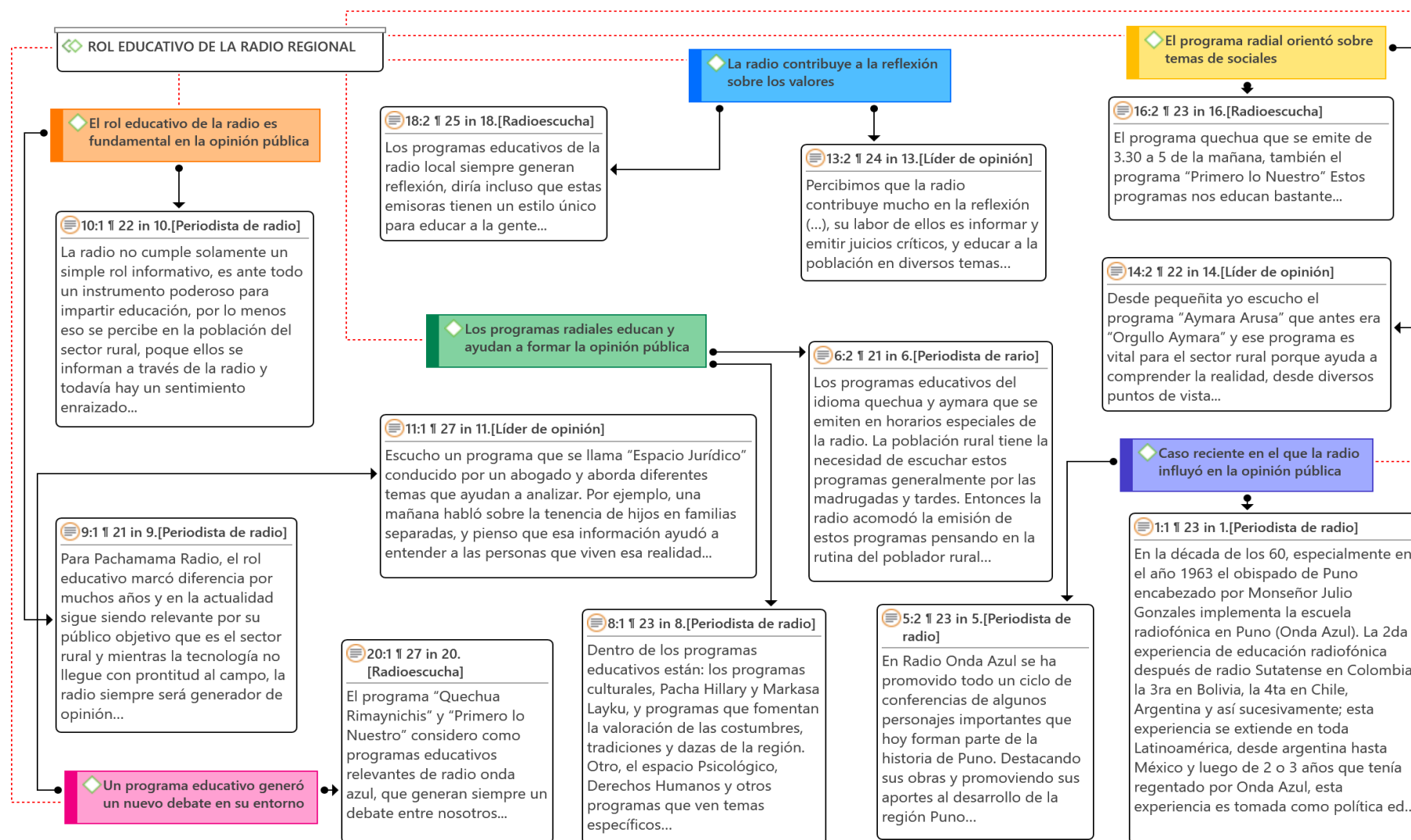
Referente a la construcción de la opinión pública, de manera general se percibe que desde los espacios informativos de Radio Onda Azul y Pachamama Radio, los testimonios de los periodistas, líderes de opinión y voces populares, refieren que; los periodistas y voces populares, son quienes generan mayor impacto y debate, causando en ese sentido espacios públicos de análisis, además de dar apertura a la ampliación de notas, procesos de investigación y seguimiento de casos.

Es más, el rol informativo se constituye principalmente como canal decisivo en la formación de percepciones y mentalidades colectivas. En consecuencia, desde este horizonte, el rol informativo de la radio regional en Puno (Radio Onda Azul y Pachamama Radio) otorga a la opinión pública un carácter intrínseco, al ofrecer intervalos de reflexión crítica positiva y de debate público, además de fomentar la pluralidad, objetividad, veracidad e imparcialidad.

4.1.2 Rol educativo de la radio regional en la construcción de opinión pública

Figura 2

Rol educativo de la radio regional en la construcción de opinión pública



Según el análisis e interpretación de la Figura 2, la radio aporta al aprendizaje de las personas, mediante programas educativos, culturales y de concientización. El rol educativo de la radio se manifiesta en los programas formativos, constituyéndose como un componente crucial para el desarrollo intelectual y social de los oyentes, además de originar una meditación crítica de la realidad. Este aspecto abarca desde programas que versan sobre la historia, ciencia, arte y tecnología, entre otros. La emisión de recursos radiofónicos en los programas del idioma quechua y aymara (quechua Rimayninchik – Onda Azul y Pacha Rijch'ariy de Pachamama Radio) tuvieron la capacidad de promover valores y conductas positivas en las familias, como el respeto a los derechos humanos, la salud y el bienestar de las personas.

Además, el rol educativo de la radio en ambas emisoras se torna imprescindible, porque éstas acompañan de cerca a la población y difunden realidades representadas en sociodramas, chistes, radio teatros y espacios de reflexión que educan preferentemente en sus propios idiomas maternos como el quechua y aymara. En las dramatizaciones, los periodistas y personajes especializados (actores) crean espacios de meditación; educan, forman y generan reflexión en la audiencia y con mayor ímpetu en el sector urbano marginal y rural, dónde el acceso a otras fuentes informativas es limitado.

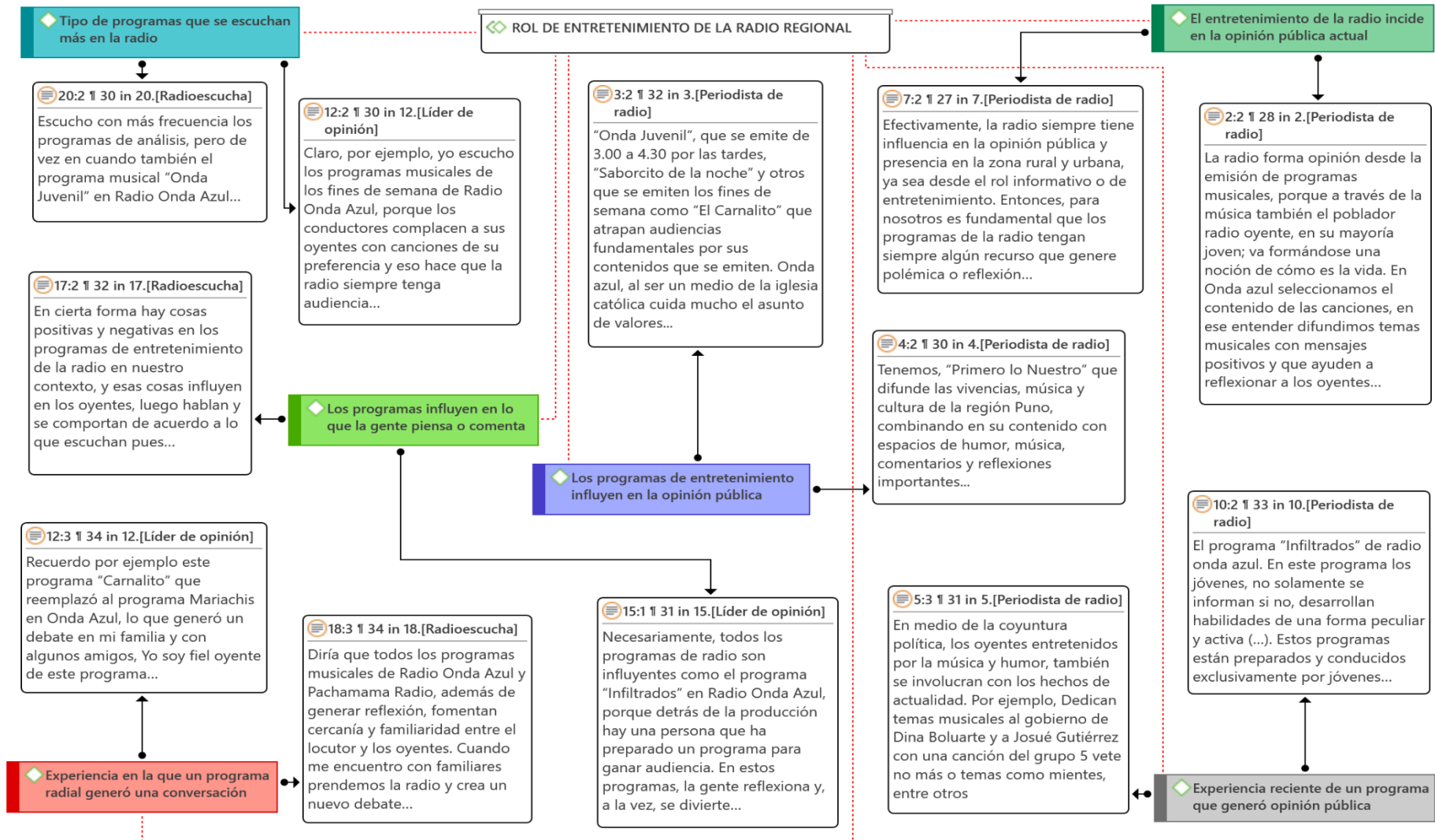
Por su parte, también se puntualiza que los programas radiales, especialmente la de orientación educativa, han estado presentes desde 1960 en adelante en el ámbito regional con el arribo de radio Onda Azul a Puno. Esta emisora nace como una de las radios de educación popular (1958) a fin de impartir conocimientos de nivel pedagógico y tipología formal a manera de escuelas radiofónicas que reforzaban la enseñanza tradicional que se daba en los institutos técnicos y universidades. Se dice que los programas radiales, reparten educación sencilla en diferentes formatos radiales a fin de facilitar técnicas de enseñanza en la población.

Con el paso del tiempo, los programas educativos de Radio Onda Azul y Pachamama Radio, han trascendido en la sociedad, tal es así que, hoy en día quedan estas prácticas como íconos referentes de la educación radiofónica. Por otro lado, la irrupción del Internet y los medios digitales alteraron en algún momento el papel educativo de la radio, pero no cambiaron su lenguaje original, ni la capacidad genuina de la forma directa y plural de comunicar. Así, la radio regional es considerada trascendental para la apertura de espacios de formación, asociados con proyectos educativos, en donde los componentes pedagógicos y comunicativos se incorporaron como elementos clave de la educación radiofónica.

4.1.3 Rol de entretenimiento de la radio regional en la construcción de la opinión pública

Figura 3

Rol de entretenimiento de la radio regional en la construcción de opinión pública



De acuerdo con el análisis e interpretación de la Figura 3, la radio regional no deja de ser una fuente principal de entretenimiento en la región de Puno. A través de sus receptores portátiles de radio, las personas; en especial del sector rural aún pueden escuchar música de su gusto, programas de comedia, espacios humorísticos, entre otros. En ese escenario, la radio regional otorga a su público la oportunidad de relajarse y disfrutar de momentos agradables y permite deleitar intervalos de distracción y meditación. Como parte de este rol, en Onda Azul están los programas “Entre Escolares, Onda Juvenil, etc.”. Mientras, en Pachamama Radio los programas: Tus mañanas en familia, Puno Capital del Folklore, entre otros.

Asimismo, parte del rol de entretenimiento de la radio regional (Radio Onda Azul y Pachamama Radio) es amenizar a su audiencia con programas culturales, concursos, charlas, dramatizaciones, entre otros. Estos formatos, convocan a los oyentes para que interactúen con los locutores y generen opinión pública y polémica respecto a temas mediáticos. Dentro de este rol se encuentra también, el estilo de la programación radial que es propio en cada emisora y dirigido a grupos etarios que permiten mantener una vasta audiencia selecta con personas que conservan preferencias connotadas de ciertos programas. (espacios para niños, jóvenes, mujeres, adultos y religiosos).

En resumen, las radios regionales de forma general (Onda Azul y Pachamama Radio) desempeñan tres roles primordiales que hacen que la radio sea competente, importante, accesible y multifacético. Primero, su rol informativo reflejada en su capacidad persuasiva y la forma de ofrecer noticias actualizadas y oportunas sobre temas de interés público, lo que ayuda a la población a estar informados de lo que sucede en su pueblo, distrito, región, nación o contexto internacional. Además, este rol es fundamental porque la población está involucrada en la generación de opinión pública, reflexión y toma de decisiones.

En segundo lugar, el rol educativo de la radio permanece vigente en la región de Puno, con la finalidad de nutrir a su audiencia con contenidos educativos fundamentales que inculcan valores y responsabilidades en la población. Estos aportes alcanzan a extenderse con la difusión de experiencias, conocimientos y sabidurías respecto a diversos temas sociales, políticos, culturales, entre otros; las mismas que en algunos casos son analizados y debatidos con expertos en la materia. Además, los programas especiales (quechua y aymara), son instrumentos de enseñanza básica para la mayoría de la población regional, es así; con la emisión de contenidos didácticos y segmentos académicos estimulan la meditación crítica en los oyentes. Asimismo, puntualizan como ejemplos recientes de educación radiofónica a los espacios formativos de:

“aprendo en casa” “mi salud” y “radio novela Isabela”, entre los más importantes; emitidos durante la permanencia de la pandemia del COVID 19 en los años 2021, 2022 y 2023.

Finalmente, como resumen del tercer objetivo específico, se revela que la radio regional también conserva el rol de entretenimiento, proveyendo a la audiencia programas enfocados en la emisión de música con contenidos formativos, comedia e interacción que le permite a las personas, en especial a; niños, jóvenes y adultos a relajarse y disfrutar de su tiempo libre. En general, esta combinación de los tres roles esenciales de la radio regional convierte a este medio en una comunicación presente, interactivo e integral, que influye considerablemente en la educación popular de las personas y más aún con enfoque educativo y cultural. A exentas de la invasión de otras plataformas informativas, que no generan la misma familiaridad y credibilidad en la población.

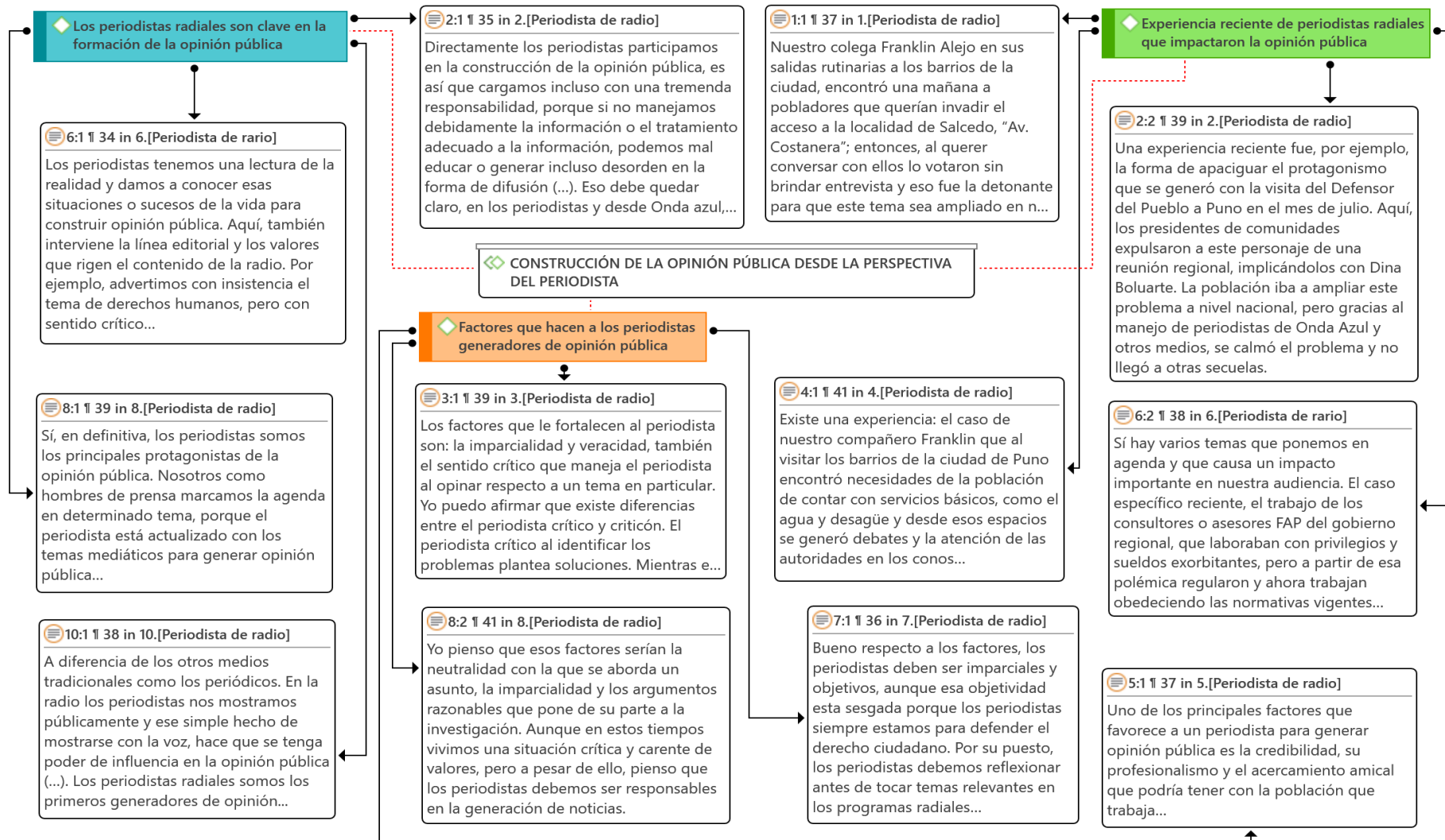
No obstante, en el análisis de la construcción de opinión pública que viene en seguida, se adelanta que el periodista es el principal protagonista que da acceso a la información de manera equilibrada y objetiva para que la audiencia pueda formar su propio juicio. Mientras que, los líderes de opinión, ya sea una figura política o sindical, no muestran influencia considerable en la edificación de opinión. Sus apreciaciones, puntos de vista y dictámenes orientados al pensamiento colectivo a veces no son bien recibidos e incluso generan duda en algunas ocasiones. En cambio, las voces populares si reflejan las preocupaciones locales fidedignas, aportando un enfoque humano a las noticias locales para así consolidar una opinión global consensuada.

Asimismo, el caso frecuente del rol de la radio regional y la construcción de opinión pública, según testimonios de los participantes, se percibe que los tres personajes (Periodistas, Líderes de Opinión y Voces populares) tienen cierta injerencia con su opinión en el debate público, sin embargo; el contexto del lugar y la coyuntura serían factores que también apoyan en la forma de discernimiento y creación de pensamientos colectivos. Desde ese punto de vista, las radios regionales (Radio Onda Azul y Pachamama Radio) son trascendentales y entes principales de la generación de información y debate público.

4.1.4 Construcción de la opinión pública desde la perspectiva del periodista

Figura 4

Construcción de la opinión pública desde la perspectiva del periodista



Conforme a las perspectivas de los periodistas en la Figura 4, se obtiene un juicio directo de la realidad a partir de relatos que ellos mismos (periodistas) generan durante la propalación de noticias y que a su vez motivan reacción en los oyentes. En otras palabras, la información proporcionada por los periodistas permite elaborar mapas mentales, de modo que las noticias representan una forma particular de conocimiento que orienta e influye en la percepción de la gente. Así, el periodista de Radio Onda Azul y Pachamama Radio en la región Puno, asume el compromiso responsable de elegir, definir y transmitir noticias de manera ética y profesional, ponderando de ese modo el espacio para el contrapunto y entrever argumentos al receptor para generar comentarios y opiniones que en su mayoría son válidos y creíbles para la construcción de la opinión pública, si van desde la perspectiva de estos personajes (periodistas).

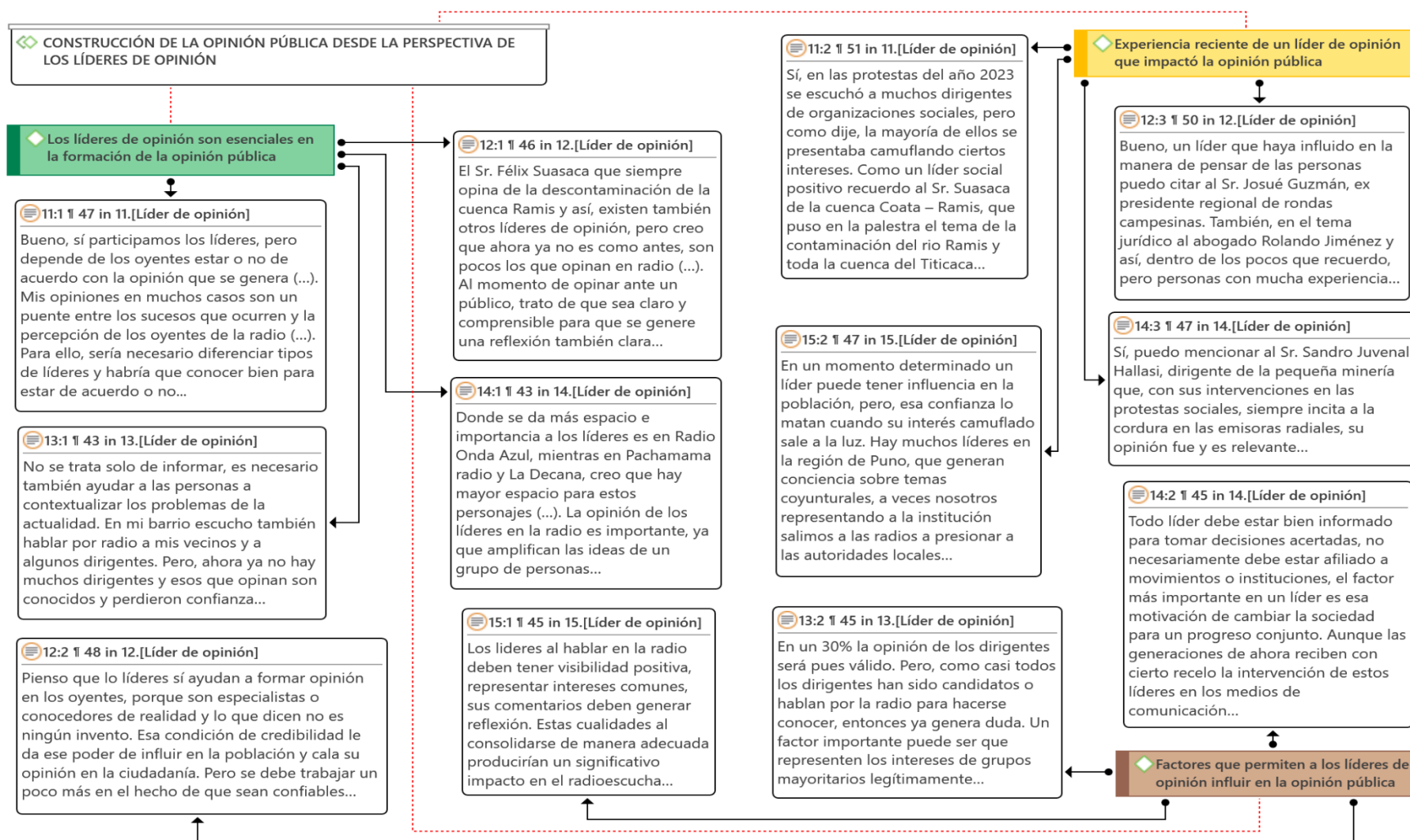
En tanto, desde la emisión de programas noticiosos y de análisis de la radio, la opinión pública va formándose con mayor incidencia dentro de un conjunto de escenarios, actitudes, valores y expectativas, con la intervención del periodística en primer orden. Es así, en la edificación de la opinión pública, el periodista en la mayoría de los casos no se abstiene a dar su opinión, pues; conforme a la narración de hechos y el desarrollo de entrevistas, este personaje informa desde una figura imparcial, permitiendo que el receptor recoja y almacene una noticia examinada y verídica que detalla acontecimientos emitidos desde programas de debate público, las mismas divulgadas desde las radios regionales.

Por otro lado, según los entrevistados; se distingue que la edificación de la opinión pública es un fenómeno comunicativo y psicosocial que depende de varios factores del contexto histórico y cultural de cada personaje (periodista) y su entorno social. Es así, en cada emisora regional (Radio Onda Azul y Pachamama Radio) existen periodistas con particularidades y formas propias de generar opinión y su apreciación en la mayoría de los casos será bien recibida y considerada como creadora de información confiable, porque se asume que su comentario obedece al respeto de los DDHH, tipos de sociedad e intereses políticos y sociales del momento. Además, cada comentario u opinión del periodista es producto de la calidad de persona, los estratos sociales en el que vive, la forma de gobierno existente en el país, la política editorial de los medios de comunicación, entre otros factores.

4.1.5 Construcción de la opinión pública desde la perspectiva de los líderes de opinión

Figura 5

Construcción de la opinión pública desde la perspectiva de los líderes de opinión



Según la Figura 5, los líderes de opinión como parte de la edificación de opinión pública, entre ellos: políticos, académicos, sindicalistas y empresarios, tienen impactos medianamente considerables en la formación de consensos públicos, al incidir llanamente en la realidad que vive la población. Estos personajes, repetidamente asisten a un programa de radio para compartir su opinión o comentar sobre algún tema en particular, la realidad del momento o para esparcir sus tasaciones respecto a un asunto, y que a veces no precisamente son bien recibidos.

Los periodistas, líderes de opinión y voces populares coinciden que en ambas radios regionales (Radio Onda Azul y Pachamama Radio) estos personajes llamados “líderes de opinión” han perdido credibilidad y en efecto su opinión no es tan creíble como para generar consensos o debates públicos. En efecto, se percibe de forma integral que estas personas (líderes) con su participación en los programas radiales pueden ofrecer ayuda y también utilizar esa capacidad para movilizar masas u obediencia con intereses personales o individuales.

Además, se distingue claramente que, a través de su conocimiento e influencia, estas personas (líderes) apoyan al desarrollo de discursos vivos y la difusión de percepciones analizadas sobre problemas o soluciones que persigue la audiencia. Es así, la formación de opinión o debates públicos en la radio regional desde la perspectiva de los líderes de opinión no se muestra tan relevantes. Pues, se exterioriza que la participación de los líderes en programas de radio en su mayoría responde a intereses políticos y personalistas, hecho que resta importancia a estos actores y forjan dudas en la población.

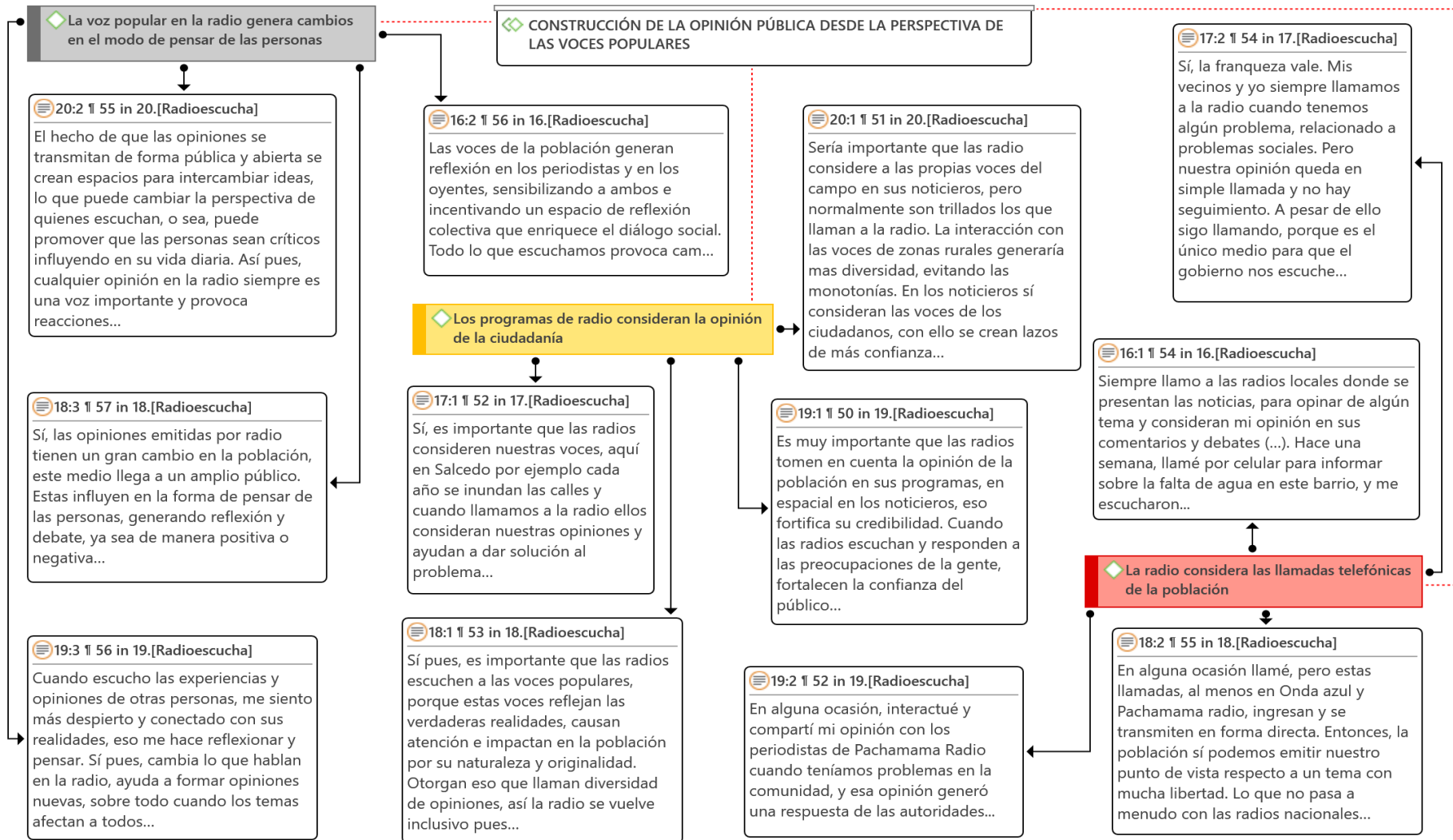
. Por otro lado, se percibe que, en ciertas ocasiones, la opinión de un líder ha sido considerado como un fenómeno esencial del sistema democrático, una fuerza capaz de influir y orientar el comportamiento de los procesos electorales. De modo tal, en algún momento de la historia, las radios regionales con la opinión de los líderes jugaron un papel central en la construcción de la opinión pública, básicamente en momentos de elección popular.

4.1.6 Construcción de la opinión pública desde la perspectiva de las voces populares

En la edificación de la opinión pública, la radio regional funciona como un sistema fundamental para propagar mensajes o símbolos de las voces populares. No solamente hacen lo posible por informar, entretener y divertir, sino que además se enfocan en la creación de esquemas interpretativos: difunden valores y normas de conducta que guían a los radioescuchas para integrarse y comportarse dentro de las estructuras institucionales del contexto regional.

Figura 6

Construcción de la opinión pública desde la perspectiva de las voces populares



Otro componente clave en la edificación de opinión pública es la voz popular. Según el análisis e interpretación de la Figura 6, este concepto abarca todo aquello que puede expresar preocupaciones, deseos y realidades cotidianas a nivel local y regional. La voz popular en la radio regional es apreciada como fuente primaria de noticias y difundida a través de programas de participación, encuestas, llamadas en vivo o entrevistas, que permiten a la audiencia expresar su opinión inmediata, natural y directa.

Estos personajes en ambas emisoras regionales (Radio Onda Azul y Pachamama Radio) contribuyen a socializar los temas al abordarlos desde la perspectiva de sus ejes cruciales, la cotidianidad y naturalidad que les permiten tratar aspectos importantes que otras fuentes, debido a su ámbito y alcance, no pueden abordar. Bajo esta prerrogativa, es decisiva asegurar que la voz popular es equitativo y distintivo en la construcción de la opinión pública, ya que juega un papel clave en la producción y difusión de conocimientos innatos. La voz del pueblo (*vox populi*) contribuye a dar sentido al mundo radial, moldeando su percepción de la realidad para integrarse a los saberes previos de un pueblo que busca desarrollo.

. En conclusión, los tres actores abordados cumplen un rol esencial en la formación de opinión pública completa en la radio regional. Por un lado, el periodista, como mediador entre los hechos y la audiencia, tiene la responsabilidad de proporcionar información estructurada, imparcial y verificable a la población, a fin de garantizar la entrega de una información precisa y plural ajustada a la realidad. La labor de este profesional (periodista) descansa en la revisión y análisis de sucesos, lo que le permite a la audiencia formar una percepción creíble del contexto.

Mientras que, los líderes de opinión con su amplia capacidad de influencia y las actividades de liderazgo que desempeñan no tienen mayor relevancia en la formación del imaginario colectivo. Más allá de sus intereses personales, actúan como motores de impulso, motivando cómo la sociedad debe entender ciertos asuntos, tendencias, posiciones y momentos de la discusión pública. Por último, las voces populares que, según los entrevistados son muy esenciales en el proceso de comunicación y formación de opinión pública, puesto que otorgan autenticidad a la realidad del momento. Expresan las inquietudes y soluciones esenciales de la comunidad, visibilizando circunstancias fundamentales que, de otro modo, quedarían fuera del diálogo público.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

El presente estudio ha identificado que la radio regional cumple tres roles esenciales: informativo, educativo y de entretenimiento. Esto coincide con el estudio de Barquero (2022), quien valora a la radio como un medio social de difusión e información con funciones específicas de información, educación y orientación a la sociedad. Estas perspectivas se complementan también con los hallazgos de Solorzano et al. (2024), quienes sostienen que los medios de comunicación generan conciencia sobre la realidad, posibilitando el acceso a temas informativos, educativos y de diversión para los receptores. Estos autores, concluyen que la radio a través de sus programas convierte vivencias reales en información relevante, formando así una opinión global o debate público.

Con respecto al rol informativo de la radio regional, sigue vigente a través de noticieros y programas de análisis que ofrecen información oportuna y veras sobre asuntos políticos, sociales, culturales y económicos en la región. Estas precisiones se complementan con los resultados de Suárez et al. (2025), quienes indican que los medios radiales locales desempeñan un papel fundamental en la difusión de información sobre problemáticas regionales, noticias de actualidad, turismo y cultura. Asimismo, muestra similitud con el estudio de Hernández (2019), quien revela que un medio de comunicación debe adaptarse al contexto actual para realizar una cobertura efectiva, siendo capaz de ajustar su programación informativa según las circunstancias del momento. En términos similares, González (2020) destaca que la radio se caracteriza por su alineación a la actualidad, utilizando su elasticidad y espacios fijos para cumplir su rol informativo, a fin de brindar noticias actualizadas y estar de cerca con la población, hecho que la convierte en un recurso vital de la comunicación.

Mientras, el rol educativo, fue entendido como un fenómeno que orienta a la audiencia a través de programas culturales en quechua y aymara de Radio Onda Azul y Pachamama Radio. Además, este rol origina aprendizajes en diversas esferas, como una forma de auto educación guiada desde la radio. Esta perspectiva se asemeja a la de Pinargote et al. (2019), quienes consideran que la radio comunitaria en el Perú ha sido un medio accesible fundamental en la educación informal, fomentando así el aprendizaje continuo y la inclusión de diversos actores formativos en la radio. Es más, en contextos de problemas sociales, la radio no solo informa, sino que empodera a la población originando actitudes de cambio. En esa misma línea, la radio popular, según Carias et al. (2021), puede generar contenidos

educativos que potencien los procesos de autonomía cultural de un pueblo, asimismo; crean escenarios reflexivos y corrientes críticos en los oyentes y difunden tradiciones, creencias y modos de vida de las comunidades, pueblos y regiones.

Referente al rol de entretenimiento, González (2020), revela que la radio actual está dominada por la información y el entretenimiento a nivel regional, nacional e internacional. En tanto, dice que es casi imposible imaginar la radio sin contenido noticioso y diversión, lo que genera un cambio favorable en la actitud de los consumidores. Sin embargo, los resultados de Buendía-Narciso (2024) muestran que, para el público juvenil, la radio ha dejado de ser protagonista como medio de distracción debido al acceso que tienen a nuevas tecnologías, donde pueden personalizar sus preferencias musicales y humorísticos. Mientras que, en los hallazgos de Barclay (2021), los oyentes creen que la radio debería mantener su formato tradicional (señal abierta) y, al mismo tiempo, expandir contenidos audiovisuales e información a través de plataformas de *streaming* y redes sociales con lenguaje familiar que haga frente a los programas de opinión. Finalmente, CPI (2023), precisa que los adultos en las regiones continúan usando radios receptores típicos para escuchar programas de diversión, en cambio los jóvenes recurren a otros dispositivos como el celular o combinan estos para acceder a espacios de entretenimiento.

Con relación a la construcción de opinión pública desde la perspectiva del periodista, Etchegaray (2012), menciona que la opinión pública se configura como un producto de la emotividad y sensibilidad del periodista, sin alcanzar el nivel completo de una meditación crítica y reflexiva. Desde el punto de vista de Nieva (2024; Rubio, 2009), los estudios sobre comunicación de masas revelan que los periodistas de radio tienen efectos considerables en la sociedad, aunque aún no existe un consenso sobre el alcance de estos efectos. El debate sobre el grado de influencia de los periodistas de radio ha generado diversas respuestas, en tanto que la edificación de la opinión pública implica reconocer diferentes usos y vivencias, como fenómenos comunicativos sociales que depende del contexto sociocultural e histórico de un pueblo. No obstante, el estudio, ante los criterios selectivos explica que el proceso de edificación de la opinión pública considera tres personajes clave: periodistas, líderes de opinión y voces populares. De acuerdo con Mamani (2024), el periodista de radio ejerce una influencia moderada en la construcción de la opinión pública, por lo que es necesario cultivar vínculos de comunicación interactivos entre el periodista y la audiencia a través de canales de

comunicación más efectivos que posibiliten una reflexión equilibrada y confiable para los seguidores de noticias de radio.

En tanto, la participación de los líderes en la edificación de opinión pública repercute en un porcentaje minoritario en la opinión colectiva, esto a través de sus puntos de vista que orientan a la comunidad para generar concesos favorables o nocivos. Sus palabras en ocasiones son esenciales para dirigir el discurso público y decisión popular respecto a problemas y soluciones de asuntos regionales. En esa perspectiva, Migliucci (2018) sostiene que, en un régimen político, considerado uno de los pilares de las democracias actuales, se asume que la influencia de los líderes de opinión proviene de la versión colectiva y tiene mediana influencia en los debates públicos. De este modo, los medios de comunicación también son predominantes y juegan un papel central en la construcción de la opinión pública, ya que difunden información política de los líderes de manera accesible, incluyendo en el debate democrático. Por otro lado, refiere que la radio al proporcionar información de los líderes de opinión incide en los modos de vida de las personas y es considerada como factor distintivo en la formación o creación de la opinión pública que influye en la conciencia política de los ciudadanos. Finalmente, Califano (2015), devela que, en los medios de comunicación, los periodistas y líderes intervienen como actores corporativos principales en la edificación o construcción de opinión pública y tienen una influencia decisiva en el sistema democrático de un pueblo.

Finalmente, las voces populares en la construcción de la opinión pública resaltan las preocupaciones locales, develando temas importantes y otorgándoles un carácter más cercano y personal a las noticias. También aportan una visión más inclusiva y democrática al mostrar problemas que a veces el periodismo tradicional no refleja. En palabras de Moreno y Rocha (2006), la radio comunitaria y popular ha evolucionado hasta convertirse en un medio social clave, representando a los “sin voz” y brindando visibilidad a los “invisibles”, aquellos que fueron marginados de las políticas de Estado. Un patrón similar se muestra en los estudios de Navarro (2023), donde las radios comunitarias o radios de educación popular se constituyen como proyectos orientados a visibilizar las preocupaciones, necesidades, demandas y voces de sectores históricamente marginados. En tanto, las radios regionales, a lo largo del tiempo han estado estrechamente vinculadas a movimientos sociales con presencia de voces populares que se instituyeron a partir de reivindicaciones sociales en ámbitos rurales marginados, a fin de hacer efectivas sus principales demandas, desde la divulgación de sus

realidades mediante radios locales.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

6.1.1 El rol informativo de Radio Onda Azul y Pachamama Radio, siguen siendo relevantes en noticieros y programas de análisis regional, así como durante eventos de tumulto social y emergencias. Este papel se refleja en su capacidad de persuasión y en la forma en que la radio ofrece noticias oportunas sobre temas de interés público, ayudando a que los oyentes estén informados y tomen decisiones acertadas, incluso frente al tributo de otros medios.

6.1.2 El rol educativo de Radio Onda Azul y Pachamama Radio, constituyen un componente esencial en el desarrollo intelectual y físico de las personas. Guía a su audiencia con espacios formativos en quechua y aymara e inculca valores éticos mediante la difusión de experiencias para ampliar conocimientos en diversos asuntos. Además, promueve la reflexión crítica sobre la realidad puneña y el contexto nacional, vigorizando así su capacidad analítica.

6.1.3 El rol de entretenimiento de Radio Onda Azul y Pachamama Radio, mantiene popularidad a pesar de la existencia de otros medios que captan mayor atención del público (principalmente de jóvenes). Estos programas entretienen a su audiencia mediante secuencias musicales, magazines, concursos, radionovelas, charlas, humor y otros formatos en los que los oyentes interactúan con los presentadores, generando emociones en torno a la actualidad.

6.1.4 La construcción de la opinión pública en ambas radios regionales se impulsa a través de los programas de análisis, con el fin de formar consensos dentro de un marco de respeto y valores, principalmente desde la perspectiva del periodista, quien, como intermediario entre los hechos y la audiencia, se encarga de generar mayor debate y proporcionar información veraz e imparcial para garantizar a la multitud una opinión consensuada de la realidad.

6.1.5 Los líderes de opinión en ambas radios, aunque tienen la capacidad de influir, no siempre desempeñan un papel determinante en la formación del imaginario colectivo. No obstante, algunos, más allá de sus intereses personales, actúan como motores fuerza, orientando la manera en que la población debe entender ciertas tendencias de discusión pública.

6.1.6 Las voces populares en ambas radios regionales se vislumbran como actores

clave en el proceso de edificación de opinión pública, ya que aportan autenticidad a la realidad actual. Expresan las preocupaciones y soluciones innatas de su región, logrando exteriorizar contextos habituales que, de otro modo, permanecerían invisibles y ajenos al diálogo público.

6.2 Recomendaciones

6.2.1 Dado que la radio posee el poder de unir a las sociedades y acceder la percepción de la opinión pública, resulta necesario investigar cómo las emisoras regionales pueden usar este potencial para abordar situaciones concretas, tales como: la desigualdad de género, el cambio climático o la lucha contra la inseguridad. En ese sentido, la radio regional no solo debe difundir vivamente conciencias, sino que también, actuar como agente de cambio social.

6.2.2 Para mejorar la calidad de sus contenidos, las radios regionales deben invertir en la formación inmutable de su personal, incorporando nuevas tecnologías y apostando por la innovación comunicacional. Ello resulta indispensable en un contexto donde los patrones de consumo de información han cambiado, para ello; las radios deben integrar el uso de plataformas digitales y redes sociales, aunque con debida medida para no perder su naturalidad.

6.2.3 Asimismo, se sugiere que las emisoras regionales instituyan sistemas de retroalimentación más efectivos, como encuestas, foros interactivos y llamadas en vivo. Estos mecanismos permitirían una interacción directa con la audiencia, orientando la producción de programas radiales según los intereses y necesidades colectivas.

6.2.4 Del mismo modo, es fundamental que los líderes de opinión reflexionen sobre la ética, la responsabilidad y el manejo adecuado de fuentes periodísticas, de modo que su participación en los programas noticiosos de la radio regional sea prudente, imparcial y constructiva. Con ello, las emisoras garantizarían la presencia de actores confiables y la difusión de contenidos transparentes, orientados a consolidar una opinión crítica y positiva.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, I. (1998). Líderes, imagen pública y medios de comunicación social. *Revista Latina De Comunicación Social*, (53), 32–40. <https://doi.org/10.4185/RLCS-1998/07>
- Aibar, J. (coord.). (2007). *Vox populi: Populismo y democracia en Latinoamerica* (Primera edición). FLACSO. <https://www.jstor.org/stable/j.ctt1kc6j9b>
- Alaminos-Fernández, A. F. (2022). *Los medios de comunicación y la opinión pública en la sociedad de la información. El caso español* [Universidad de Alicante]. <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/121792>
- Araujo, C. (1980). *El rol del periodista* (Primera edición). Editorial Epoca. https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/22051?utm_source=chatgpt.com
- Arnanz, J. (2020). *La historia de la radio. El papel de la radio en las dos guerras mundiales* (Primera edición). Autores Editores. <https://www.autoreseditores.com/libro/17339/jorge-arnanz/la-historia-de-la-radio.html>
- Barclay, A. (2021). *Análisis de dos radios musicales de Lima en el contexto de transformación digital desde la percepción de los millennials y centennials* [Tesis de pregrado, Universidad de Lima]. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/13729>
- Barquero, F. J. (2022). La radio como elemento integrador en el desarrollo social. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(5), 4723–4735. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i5.3433
- Barredo, D. (2021). *Medios digitales, participación y opinión pública*. Tirant lo Blanch. <https://pure.urosario.edu.co/es/publications/medios-digitales-participaci%C3%B3n-y-opini%C3%B3n-p%C3%BAblica>
- Belau, Á. F. (2007). *La radio en España (1896-1977): una historia documental*. Taurus. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=323129>
- Bernays, E. L. (2005). *Propaganda*. Ig Publishing. https://books.google.com.pe/books?id=3De8nd_B_C8C&printsec=frontcover&redir_esc=y
- Buendía, A., & Pino, J. C. (2008). Radio local, opinión pública y participación ciudadana. *Signo y Pensamiento*, XXVII(52), 84–96. <https://www.redalyc.org/pdf/860/86005206.pdf>
- Buendía-Narciso, M. R. (2024). Memorias de la recepción radial. *Comunifé*, 24(1), 1–12. <https://doi.org/10.33539/comunife.2024.n24.3302>

- Califano, B. (2015). Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 19, 61–78. <https://doi.org/10.1016/j.rmop.2015.02.001>
- Capellán, G. (2008). *Opinión pública: historia y presente* (Ed. Gonzalo Capellán, Ed.). Editorial Trotta. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=338534>
- Carias, F., Hernando, Á., & Marín-Gutiérrez, I. (2021). La radio educativa como herramienta de alfabetización mediática en contextos de interculturalidad. *Revista de Comunicacion*, 20(2), 93–112. <https://doi.org/10.26441/RC20.2-2021-A5>
- Castells, M. (2009). *Comunicacion y poder*. Alianza Editorial. https://books.google.com.ar/books?id=V-hhQgAACAAJ&hl=fr&lr&source=gbs_book_other_versions
- Castilla, R. L. M. (2021). *El periodismo de opinión radial y la construcción de ciudadanía en radioyentes de Cajamarca, Lima Metropolitana y Madre de Dios, 2020* [Tesis de maestría, Universidad San Martín de Porres]. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/9755>
- Conde, J. (2022). *Periodismo radial y desarrollo cultural en el distrito de Ayacucho - 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga]. <https://repositorio.unsch.edu.pe/items/4fa28f7b-b602-4c67-acbf-e282a232bad2>
- Cruz, J. (2020). *La función social de la radio en la región Sur* (Primera edición). Tinta Libre Ediciones. <https://www.amazon.com/funci%C3%B3n-social-radio-regi%C3%B3n-sur-ebook/dp/B0C3LZYPQ8>
- Defleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. (1989). *Theories of Mass Communication* (Quinta edición). Longman. https://books.google.com.do/books?id=Ywe4AAAAIAAJ&source=gbs_navlinks_s
- Dubois, E., Minaeian, S., Paquet-Labelle, A., & Beaudry, S. (2020). Who to Trust on Social Media: How Opinion Leaders and Seekers Avoid Disinformation and Echo Chambers. *Social Media and Society*, 6(2). <https://doi.org/10.1177/2056305120913993>
- Dueñas, J. (2024). *El programa radiofónico “Rimayninchis nuestras voces” de radio Inti Raymi Cusco y su contribución a la revalorización del idioma quechua - 2022* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco]. <https://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/8328>
- Espinoza, E. E. (2019). Las variables y su operacionalización en la investigación educativa. Segunda parte. *Conrado*, 15(69). <http://scielo.sld.cu/pdf/rc/v15n69/1990-8644-rc-15-69->

171.pdf

- Etchegaray, R. M. (2012). Opinión pública, democracia y medios de comunicación. *Rihumso*, 1, 11–36. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5744436>
- Garcés-Corra, R. (2007). La construcción simbólica de la opinión pública. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 13, 55–81. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0707110055A>
- García, J. (1980). *La radio por dentro y por fuera* (Primera edición, Vol. 11). Ciespal. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/1137-opac>
- Gómez, L. A. (1982). *Opinión publica y medios de difusión* (Primera Edición). Ciespal. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/42017.pdf>
- González, M. J. (2020). La radio entre la información y el entretenimiento. Radio 10 y Cadena Ser. *Revista de Comunicación de La SEECI*, (15), 40–58. <https://doi.org/10.15198/seeci.2008.15.40-58>
- Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Editorial Gustavo Gili. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=303085>
- Habermas, J. (1991). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society* (Primera edición). MIT Press. https://books.google.com/cu/books?id=e799caakIWOC&hl=es&source=gbs_book_otherr_versions
- Haro, A. F., Chisag, E. R., Ruiz, J. P., & Caicedo, J. E. (2024). Tipos y clasificación de las investigaciones. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(2). <https://doi.org/10.56712/latam.v5i2.1927>
- Herman, E. S., & Chomsky, N. (2008). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Bodley Head. https://books.google.com.pe/books/about/Manufacturing_Consent.html?id=QFwqnp-0EDoC&redir_esc=y
- Hernández, A. (2019). *El papel de las radios populares en contextos de crisis política: el caso de Radio Fe y Alegría de Venezuela* [Universitat Rovira i Virgili]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=264722>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (Primera edición). McGraw-Hill Education. <https://biblioteca.unapiquitos.edu.pe/bib/46180>

- Lippmann, W. (1997). *Public opinion* (1922nd ed.). Transaction Publishers.
https://books.google.com.pe/books/about/Public_Opinion.html?id=fqpEWJHEzIkC&redir_esc=y
- Lozano, J. C. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas* (Edt. Leticia Gaona Figueroa, Ed.; Segunda edición). Pearson Educación.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=651532>
- Mamani, F. R. (2024). *Influencia del periodista ciudadano en el periodismo radial de Tacna – 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann].
<https://repositorio.unjbg.edu.pe/items/123a8fc5-7f62-4b04-a706-15b45f71ef13>
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía* (Primera edición). Gustavo Gili.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=612805>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (Sexta edición). Sage.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=627713>
- Migliucci, D. (2018). Opinión pública y propaganda: su definición, interpretación y significado en los Estados Unidos de la primera postguerra (1918-1922). *Historia y Política*, (40), 213–238. <https://doi.org/10.18042/hp.40.08>
- Moreno, E. Y., & Rocha, C. A. (2006). La radio comunitaria para la construcción de Síntesis. *Mediaciones*, 4(6), 54–62. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6549546>
- Navarro, F. (2023). Radios comunitarias, populares y alternativas en Bariloche: rol sociopolítico, configuración de identidad y ciudadanía. *Signo y Pensamiento*, 42. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp42.rcpa>
- Nieva, M. de los Á. (2024). La opinión pública a través de los medios de comunicación. *Revista De Ciencias Empresariales Y Sociales*, 11(7).
<https://publicacionescientificas.uces.edu.ar/index.php/empresarialesysociales/article/view/1537>
- Noelle-Neumann, E. (2010). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social* ((Traduc. Javier Ruíz), Ed.). Ediciones Paidós. <https://www.amazon.com/-/es/espiral-del-silencio-Opini%C3%B3n-p%C3%BAblica/dp/8449324327>
- Núñez, R. (2021). *Panorama matinal de radio chota y su impacto en la opinión pública* [Tesis de pregrado, Universidad Jaime Bausate y Meza].

- <https://repositorio.bausate.edu.pe/handle/20.500.14229/271>
- Ordóñez, M. (1974). El rol de la comunicación en la sociedad. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (5), 40–77. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5792082>
- Patiño-Toro, D. E. (2019). *Medios de comunicación y formación de opinión pública Caso de la primera vuelta de las elecciones presidenciales de Colombia 2018* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia]. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/77519>
- Pinargote, J. L., Cobeña, J. C., & Patricio, O. (2019). El rol de la radio comunitaria dentro de la comunicación digital. *Revista Cognosis*, 4(4), 45–58. <https://doi.org/10.33936/cognosis.v4i4.2225>
- Ramírez, V. (1969). *Opinión pública y democracia*. Instituto Interamericano de Derechos Humanos, Centro de Asesoría y Promoción Electoral. <https://www2.iidh.ed.cr/capel/media/1425/capel-40.pdf>
- Reyero, F. (2006). *Historias de la radio*. Fundación José Manuel Lara. https://www.elagentesecretolibros.com/es/libro/historias-de-la-radio_6780150001
- Rubio, J. M. (2009). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting. *Gazeta de Antropología*, 25(1). https://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferreres.html
- Salazar-Escorcía, L. S. (2020). Investigación Cualitativa: Una respuesta a las Investigaciones Sociales Educativas. *Cienciamatria*, 6(11), 101–110. <https://doi.org/10.35381/cm.v6i11.327>
- Sampedro, V. (2021). *Comunicación y sociedad: opinión pública y poder* (Primera edición). Fundació Universitat Oberta de Catalunya. https://victorsampedro.com/wp-content/uploads/2023/01/Comunicacio%CC%81n_y_Sociedad_Opinio%CC%81n-Pu%CC%81blica_y_Poder.pdf
- Solorzano, A. A., Alava, N., & Zambrano, L. del R. (2024). Medios tradicionales y convergencia digital. *Universidad Ciencia y Tecnología*, 28(123), 72–81. <https://doi.org/10.47460/uct.v28i123.806>
- Suárez, J. F., Vallejo, J., & Del Campo, G. (2025). Impacto de los medios digitales en la construcción de la opinión pública en Ecuador. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 6(1). <https://doi.org/10.56712/latam.v6i1.3448>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

Título de la investigación: El rol de la radio regional en la construcción de opinión pública, Puno 2025.				
Problemas	Objetivos	Categoría	Subcategoría	Metodología
Problema general ¿Cuál es el rol de la radio regional en la construcción de opinión pública en Puno, 2025? Problemas específicos ¿Cuál es el rol informativo de la radio regional en la construcción de opinión pública en Puno, 2025? ¿Cuál es el rol educativo de la radio regional en la construcción de opinión pública en Puno, 2025? ¿Cuál es el rol de entretenimiento de la radio regional en la construcción de opinión pública en Puno, 2025? ¿Cuál es el rol de la radio regional en la construcción de opinión pública desde la perspectiva del periodista en Puno, 2025? ¿Cuál es el rol de la radio regional en la construcción de opinión pública desde la perspectiva de los líderes de opinión en Puno, 2025? ¿Cuál es el rol de la radio regional en la construcción de opinión pública desde la perspectiva de las voces populares (vox populi) en Puno, 2025?	Objetivo general Analizar el rol de la radio regional en la construcción de opinión pública en Puno, 2025. Objetivos específicos Describir el rol informativo de la radio regional en la construcción de opinión pública en Puno, 2025. Describir el rol educativo de la radio regional en la construcción de opinión pública en Puno, 2025. Describir el rol de entretenimiento de la radio regional en la construcción de opinión pública en Puno, 2025. Describir el rol de la radio regional en la construcción de opinión pública desde la perspectiva del periodista en Puno, 2025. Describir el rol de la radio regional en la construcción de opinión pública desde la perspectiva de los líderes de opinión en Puno, 2025. Describir el rol de la radio regional en la construcción de opinión pública desde la perspectiva de las voces populares (vox populi) en Puno, 2025.	Rol de la radio Construcción de opinión pública	Informativo Educativo Entretenimiento Periodistas Líderes de opinión Voz popular	Enfoque Cualitativo Diseño Fenomenológico Hermenéutico Tipo Básica Nivel Descriptivo Participantes Profesionales en Periodismo 10 periodistas Población de la ciudad de Puno 10 radioyentes Muestra no probabilística por conveniencia Técnicas e instrumentos Entrevista Cuestionario con preguntas estructuradas

Anexo 2. Instrumento de recolección de datos para periodistas

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	ITEMS/CRITERIOS
Rol de la radio	Informativo	¿Considera usted que, en el contexto actual, el rol informativo de la radio sigue siendo relevante para la construcción de la opinión pública? ¿Por qué?
		¿Qué programas radiales, según su experiencia, cumplen un rol informativo sustancial en la construcción de opinión pública? ¿De qué manera lo hacen?
		¿Podría describir una experiencia reciente en la que el rol informativo de la radio haya influido de manera significativa en la formación de opinión pública? ¿Cuándo ocurrió?
	Educativo	¿Considera usted que, en esta coyuntura, el rol educativo de la radio sigue siendo fundamental en la construcción de la opinión pública? ¿Por qué?
		¿Qué programas radiales cumplen un rol educativo en su región y cómo contribuyen a la construcción de la opinión pública?
		¿Podría mencionar una experiencia reciente en la que el rol educativo de la radio haya generado un impacto relevante en la opinión pública? ¿En qué contexto ocurrió?
	Entretenimiento	¿Considera usted que el rol de entretenimiento de la radio tiene incidencia en la construcción de opinión pública en la actualidad? ¿Por qué?
		¿Qué programas radiales de entretenimiento, a su juicio, contribuyen a formar o influir en la opinión pública? ¿Cómo lo hacen?
		¿Podría relatar una experiencia reciente en la que un programa de entretenimiento radial haya generado opinión pública? ¿Qué sucedió?
Construcción de opinión pública	Periodistas	¿Considera usted que los periodistas radiales son protagonistas en la construcción de la opinión pública en su región? ¿Por qué?
		¿Qué factores considera que favorecen a los periodistas para convertirse en generadores de opinión pública?
		¿Podría describir una experiencia reciente en la que un periodista radial haya influido significativamente en la formación de opinión pública? ¿Qué ocurrió?
	Líderes de opinión	¿Considera usted que los líderes de opinión desempeñan un papel importante en la construcción de opinión pública? ¿Por qué?
		¿Qué factores cree usted que permiten a los líderes de opinión incidir en la formación de opinión pública?
		¿Podría compartir una experiencia reciente en la que un líder de opinión haya generado un impacto notable en la opinión pública? ¿Cuál fue el contexto?
	Voz popular	¿Considera usted que las voces populares tienen predominancia en la construcción de la opinión pública? ¿Por qué?
		¿Qué características cree usted que permiten a las voces populares convertirse en generadoras de opinión pública?
		¿Podría describir una experiencia reciente en la que una voz popular haya contribuido a generar opinión pública? ¿Qué ocurrió?

Anexo 3. Instrumento de recolección de datos para radioescuchas

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	ITEMS/CRITERIOS
Rol de la radio	Informativo	¿Con qué frecuencia escucha usted noticias o programas informativos en la radio?
		¿Cree usted que la radio le ayuda a estar informado sobre lo que ocurre en su comunidad o en el país? ¿Por qué?
		¿Recuerda algún programa radial que le haya ayudado a formarse una opinión sobre un tema importante? ¿Cuál fue ese tema?
	Educativo	¿Ha escuchado programas en la radio que le enseñen a comprender mejor ciertos temas (Salud, derechos, educación, etc.)? ¿Puede dar un ejemplo?
		¿Cree que la radio contribuye a que la gente aprenda o reflexione sobre temas importantes? ¿Por qué?
		¿Recuerda algún programa educativo que haya generado conversación o debate en su familia, vecinos o comunidad?
	Entretenimiento	¿Qué tipo de programas escucha usted con más frecuencia en la radio (música, humor, entrevistas, concursos, etc.)?
		¿Cree que los programas de entretenimiento también pueden influir en lo que la gente piensa o comenta? ¿Puede explicar por qué?
		¿Podría contar una experiencia en la que un programa radial de entretenimiento haya generado una conversación o debate entre sus conocidos?
Construcción de opinión pública	Periodistas	¿Cree usted que los periodistas de radio influyen en la forma como las personas piensan sobre ciertos temas? ¿Por qué?
		¿Hay algún periodista o programa que usted escuche con frecuencia? ¿Por qué confía en su forma de informar?
		¿Recuerda algún caso donde un periodista radial con su opinión haya provocado una reacción o cambio en la comunidad?
	Líderes de opinión	En los programas de radio que escucha, ¿participan personas conocidas de su comunidad que opinen sobre temas de interés?
		¿Cree que esas personas (líderes de opinión) ayudan a formar lo que la gente piensa o dice sobre ciertos temas?
		¿Podría compartir una experiencia en la que un líder de opinión haya influido en su manera de pensar sobre un tema?
	Voz popular	¿Le parece importante que los programas de radio incluyan la opinión de la gente común, como usted? ¿Por qué?
		¿Ha llamado alguna vez a una radio para opinar o conoce a alguien que lo haya hecho? ¿Qué sucedió?
		¿Cree usted que las opiniones de los oyentes que se difunden en la radio pueden cambiar o influir en lo que piensan otras personas? ¿Por qué?

Anexo 4. Fichas de validación del instrumento / Juicio de expertos

Ficha 1

I. DATOS GENERALES

- 1.1 **Apellidos y nombres del experto:** Apaza Quispe Javier Arturo
- 1.2 **Grado académico:** Doctor en Ciencias Sociales
- 1.3 **Cargo e institución donde labora:** Docente en la E.P. Ciencias de la Comunicación Social. UNA Puno.
- 1.4 **Título de la investigación:** El rol de la radio regional en la construcción de la opinión pública en Puno, 2025.
- 1.5 **Autor del instrumento:** Paulino Polo Hancoco Aguilar
- 1.6 **Nombre del instrumento** Cuestionario.
- 1.7 **Criterios de aplicabilidad:**
 - 1) De 01 a 10 (no válido, reformular)
 - 2) De 11 a 20 (No válido, modificar)
 - 3) De 21 a 30 (válido, mejorar)
 - 4) De 31 a 40 (Válido, precisar)
 - 5) De 41 a 50 (válido, aplicar)

1. Muy poco	2. Poco	3. Regular	4. Aceptable	5. Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

II. ASPECTOS A EVALUAR

INDICADORES	CRITERIOS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado				X	
2. OBJETIVIDAD	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.				X	
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.				X	
4. ORGANIZACIÓN	El instrumento tiene una organización lógica.				X	
5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.				X	
6. INTENCIONALISMO	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.					X
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.					X
8. COHERENCIA	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.				X	
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías				X	
Sub Total					28	15
Total						43

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 43 puntos.

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Válido, aplicar.

Puno, 23 de julio de 2025.


 Firmado digitalmente por APAZA QUISPE Javier Arturo FAU
 20145496170 hard
 Motivo: Soy el autor del documento
 Fecha: 23.07.2025 07:02:25 -05:00

.....
 Javier Arturo Apaza Quispe
 DNI: 29236548

Ficha 2

I. DATOS GENERALES

- 1.1 **Apellidos y nombres del experto:** Apaza Ticona Jorge
- 1.2 **Grado académico:** Doctor en Medio Ambiente y Sociedad
- 1.3 **Cargo e institución donde labora:** Docente de Maestría de Ciencias Sociales. UNA Puno.
- 1.4 **Título de la investigación:** El rol de la radio regional en la construcción de la opinión pública en Puno, 2025.
- 1.5 **Autor del instrumento:** Paulino Polo Hancoco Aguilar
- 1.6 **Nombre del instrumento** Cuestionario.
- 1.7 **Criterios de aplicabilidad:**
 - 1) De 01 a 10 (no válido, reformular)
 - 2) De 11 a 20 (No válido, modificar)
 - 3) De 21 a 30 (válido, mejorar)
 - 4) De 31 a 40 (Válido, precisar)
 - 5) De 41 a 50 (válido, aplicar)

1. Muy poco	2. Poco	3. Regular	4. Aceptable	5. Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

II. ASPECTOS A EVALUAR

INDICADORES	CRITERIOS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.					X
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	El instrumento tiene una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.					X
6. INTENCIONALISMO	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.					X
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.					X
8. COHERENCIA	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.					X
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					X
Sub Total						50
Total						50

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 50 puntos.

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Válido, aplicar.

Puno, 23 de julio de 2025.


 Firmado digitalmente por APAZA TICONA Jorge FAU 20145496170
 Motivo: Soy el autor del documento
 Fecha: 23.07.2025 17:39:20 -05:00

.....
 Jorge Apaza Ticona
 DNI: 40424085

Ficha 3

I. DATOS GENERALES

- 1.1 **Apellidos y nombres del experto:** Rodríguez Rocha Luigi Hedrik
- 1.2 **Grado académico:** Doctor en Ciencias Sociales
- 1.3 **Cargo e institución donde labora:** Docente de la EP de Ciencias de la Comunicación Social. UNA Puno.
- 1.4 **Título de la investigación:** El rol de la radio regional en la construcción de la opinión pública en Puno, 2025.
- 1.5 **Autor del instrumento:** Paulino Polo Hancoco Aguilar
- 1.6 **Nombre del instrumento** Cuestionario.
- 1.7 **Criterios de aplicabilidad:**
 - 1) De 01 a 10 (no válido, reformular)
 - 2) De 11 a 20 (No válido, modificar)
 - 3) De 21 a 30 (válido, mejorar)
 - 4) De 31 a 40 (Válido, precisar)
 - 5) De 41 a 50 (válido, aplicar)

1. Muy poco	2. Poco	3. Regular	4. Aceptable	5. Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

II. ASPECTOS A EVALUAR

INDICADORES	CRITERIOS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.					X
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	El instrumento tiene una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.					X
6. INTENCIONALISMO	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.				X	
8. COHERENCIA	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.				X	
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías				X	
Sub Total					20	25
Total						45

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 45 puntos.

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Válido, aplicar.

Puno, 24 de julio de 2025.



Firmado digitalmente por:
RODRIGUEZ ROCHA Luigi Hedrik FAU
20145496170 hard
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 24/07/2025 09:37:36-0500

Luigi Hedrik Rodríguez Rocha
DNI: 01852873

Anexo 5. Actores protagonistas de las entrevistas

N°	Nombres	Tipo de informante	Edad	Fecha	Duración
1	Yovani	Periodista de Radio Onda Azul	56	Julio de 2025	1h 09'
2	Nélida	Periodista de Radio Onda Azul	44	Julio de 2025	56'18''
3	Jaime	Periodista de Radio Onda Azul	34	Julio de 2025	2h 01'
4	Yesica	Periodista de Radio Onda Azul	44	Julio de 2025	1h 15'
5	Franklin	Periodista de Radio Onda Azul	37	Julio de 2025	1h 32'
6	Fredy	Periodista de Pachamama Radio	50	Julio de 2025	1h 45'
7	Mauricio	Periodista de Pachamama Radio	62	Julio de 2025	1h 51'
8	Ana	Periodista de Pachamama Radio	44	Julio de 2025	2h 07'
9	Grober	Periodista de Pachamama Radio	48	Julio de 2025	1h 13'
10	Soledad	Periodista de Pachamama Radio	49	Julio de 2025	3h 21'
11	Mercedes	Radioescucha, líder opinión	44	Julio de 2025	1h 47'
12	Jacinto	Radioescucha, líder opinión	57	Julio de 2025	1h 02'
13	Claudio	Radioescucha, líder opinión	47	Julio de 2025	2h 36'
14	Hugo Q	Radioescucha, líder opinión	52	Julio de 2025	1h 15'
15	Román	Radioescucha, líder opinión	38	Julio de 2025	1h 38'
16	Elyzabeth	Radioescucha, voz popular	60	Julio de 2025	1h 17'
17	Lucy	Radioescucha, voz popular	55	Julio de 2025	2h 04'
18	Nelly	Radioescucha, voz popular	49	Julio de 2025	1h 41'
19	Cecilio	Radioescucha, voz popular	58	Julio de 2025	2h 09'
20	Hugo Ch	Radioescucha, voz popular	50	Julio de 2025	1h 35'

Anexo 6. Fichas de respuestas de entrevistas a periodistas

PERIODISTA 1 (ROA)

ROL DE LA RADIO

Sigue siendo relevante, porque es sui generis, incluso diferenciando de lo que es onda media y frecuencia modulada es curioso para la región Puno y el país, que, teniendo una cantidad considerable de emisoras digitales, todavía la población escucha noticias por radio.

Básicamente son los informativos, por eso se ha ampliado los informativos en Onda Azul, antes solamente teníamos en la mañana y medio día, pero ahora tenemos: mañana, medio día y noche, además un programa de opinión que sustenta el noticiero matutino, luego, los sábados y domingos, entonces se ampliaron los noticieros para atender las necesidades de la población.

Claro que sí, Onda Azul Noticias, incidió el tema del gas en la región, este tema había sido olvidado por las autoridades hasta setiembre del año pasado, cuando el estado otorga una concesión a otra empresa y deja de lado el gaseoducto sur andino. Entonces, ahí onda azul toma la batuta e influye para que las autoridades y colegios profesionales, tomen cartas en el asunto y participen en los encuentros regionales de Cusco, Arequipa y Moquegua y ahora todos los medios hablan de este tema.

Claro que sí, el rol educativo de un medio de comunicación formal como Onda Azul, es fundamental, este; le hace frente a todos los fanpages que son digitados por desconocidos, salvo algunas de ellas que mantienen nombre propio y son difundidas por las mismas personas que dirigen estos fanpages, pues en los medios digitales son seudónimos quienes manejan la información y no se sabe quiénes regentan estos fanpages. Frente a ello, la radio sigue siendo crucial como medio educativo a través de sus programas formales.

Tenemos en Onda Azul un programa de Niños que tiene casi 60 años; nació más o menos con la radio y mira a formado a generaciones y ahora con esa experiencia y la necesidad de formar más personas, ha implementado un programa de adolescentes, regentado por los profesores de educación religiosa. Luego, los programas en quechua, castellano y aymara cumplen el rol educativo, porque la educación es básica dentro de nuestro quehacer.

En la década de los 60, especialmente en el año 1963 el obispado de Puno encabezado por Monseñor Julio Gonzales implementa la escuela radiofónica en Puno (Onda Azul). La 2da experiencia de educación radiofónica después de radio Sutatense en Colombia, la 3ra en Bolivia, la 4ta en Chile, Argentina y así sucesivamente; esta experiencia se extiende en toda Latinoamérica, desde argentina hasta México y luego de 2 o 3 años que tenía regentado por Onda Azul, esta experiencia es tomada como política educativa por el gobierno de Juan Velasco e ingresa al programa educativo a distancia del Ministerio de Educación.

Claro que sí, la parte cultural es inherente en la región Puno, mire la cantidad de danzas, la cantidad de manifestaciones culturales que tenemos en la región Puno y necesariamente estos aspectos pasan por la producción de Onda Azul, entonces claro que fomentamos la parte de entretenimiento y va de la mano el aspecto de diversión y educación en nuestra labor diaria.

Los programas de diversión no siempre fomentan opinión pública, pero generan polémica entre los que escuchan programas musicales, por ejemplo, se tiene un programa por más de 50 años, el “Mariachi”. Inició en el año 60 con la llegada de películas mexicanas a Puno y desde ahí tomo arraigo en Puno y ahora la población escucha esta música y hay por generaciones consumidores que pueden dar fe del programa.

Primero lo nuestro, es un programa que se emite de lunes a viernes en horas de la mañana, en donde se habla de diversos temas; producción literaria, fomento de la música puneña, en fin; promueve la diversidad de recursos que entretienen a nuestros oyentes. También existe otro programa para añorar sentimientos del pasado, el programa “Por las Rutas del Perú” aquí se difunden distintos géneros musicales; el huayno, muliza y otras manifestaciones que tenemos en el país y es muy sintonizado el programa.

CONSTRUCCIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA

Pero claro que sí, sino no estaríamos los periodistas en los medios de comunicación para incidir en muchos temas, por ejemplo, en Puno para hablar de algo tan simple como la limpieza de la ciudad o temas grandes como el tema catastral o plan general de expansión territorial el mismo que puede permitir un crecimiento ordenado de la ciudad, entre otros. Entonces, ahí la intervención del periodista es básica para generar opinión pública.

Ahí, quisiera incidir en algo que siempre nos dice el Obispo de Puno, Monseñor Jorge Carrión Pablich, cuando tiene la oportunidad de conversar con nosotros, “No perder el sentido crítico” nosotros somos periodistas, pero también somos personas, pobladores, ciudadanos y esa condición de ser ciudadano nos hace crecer con un sentido crítico dentro de la radio y ese sentido crítico del periodista sirve para orientar a la población

Bueno sí, nuestro colega Franklin Alejo en sus salidas rutinarias a los barrios de la ciudad, encontró una mañana a pobladores que querían invadir el acceso a la localidad de Salcedo, “Av. Costanera”; entonces, al querer conversar con ellos lo votaron sin brindar entrevista y eso fue la detonante para que este tema sea ampliado en nuestros noticieros y tomados en cuenta por las autoridades. Hasta el momento, el municipio recuperó estos espacios públicos y se conservan como tal, dejando de lado a usurpadores o traficantes de terrenos.

Mira, los líderes de opinión a diferencia de los años 80 o 90 y 2000 son diferentes a los que tenemos

hoy. En esos años, los líderes mantenían paradigmas o tenían ideas claras sobre temas concretos. Ejemplo la hidroeléctricas de San Gaban, la interoceánica o la explotación de minerales. Tenían perspectivas sólidas, pero hoy en día, pareciera que los líderes están refugiados en sus necesidades particulares o para satisfacer sus pequeñas demandas. El SUTEP, por un lado, construcción civil por otro, las comunidades por su lado y así. Entonces cada uno, anda dispersado en sus asuntos y no en forma colectiva, por tanto; falta recuperar ese liderazgo para que la opinión sea consistente.

Mira, las generaciones cambian, pero debe quedar algo de esas generaciones pasadas, por ejemplo, debe existir paradigmas o programas que inciten a que los líderes de opinión sean consecuentes con un tema que beneficie a la región y así creo con esas opiniones consensuadas se puede apoyar al desarrollo de nuestra región.

Yo creo que existen varias experiencias y en varias jurisdicciones, pero como te decía no con la intensidad de años anteriores, por ejemplo, la polémica que generamos sobre los botaderos de basura en Juliaca y Puno, fueron originados por los dirigentes sociales de cada pueblo y hasta la fecha, las autoridades y población, incluida las radios, incidimos en nuestros comentarios el tema de: Plantas de tratamiento de residuos, aguas servidas, etc. Entonces estos temas al ventilarse por la radio tomaron protagonismo para su ejecución.

Claro que sí, otra vez a diferencia de las décadas pasada, la población hoy en día es más personalista, una opinión sale en un momento específico y sobre un asunto particular y como tal, ese comentario es fugaz en la radio, se comenta en el noticiero y luego se deja porque no es un asunto general y ese comentario queda desapercibida. Entonces, no es relevante la opinión del poblador en la formación de opinión general.

No se puede hablar de qué características debe tener un poblador para participar en radio, porque no son personas especialistas en algún tema específico. Entonces solo pedimos que las participaciones en radio sean sinceras para generar opinión pública. Antes por ejemplo teníamos organizaciones de barrios, mujeres y comunidades, en donde los socios trasladaban sus debates internos a los medios de comunicación para generar polémica. Hoy, hasta eso desapareció.

Mira, nosotros tenemos dentro del noticiero de la radio un espacio donde la población puede opinar a través de una llamada telefónica, por ejemplo: cuando se tiene que elegir al nuevo presidente del congreso u otro tema, abrimos este espacio un día antes del suceso para que la población pueda brindar sus apreciaciones, luego estos comentarios son analizados por los periodistas y ahí queda. Otro ejemplo, cuando hablan de inseguridad, existe llamadas de los barrios indicando que hay robos y esa llamada queda simplemente ahí, después de emitirse y no genera necesariamente una polémica.

PERIODISTA 2 (ROA)

ROL DE LA RADIO

Considero que sí, sigue siendo relevante porque a pesar de que pueda existir aparatos digitales, todos tienen un receptor en sus casas y saben en qué horario y momento se emiten los noticieros regionales y a través estos noticieros se informan de lo que sucede en su localidad región o país y desde ahí se empieza a generar corrientes de opinión.

Bueno Onda Azul, siempre a marcado la pauta en las tres ediciones: “Onda Azul Noticias” que se emite de lunes a viernes, al margen de los informativos de fin de semana que también tienen su acogida. Otro programa de opinión que tenemos es: “participación ciudadana” que se emite de lunes a viernes y es básicamente el programa que genera opinión, debate y que también es fuente de muchas noticias.

Bueno, desde mi experiencia profesional en la radio, considero dos aspectos en donde el noticiero de Onda azul haya generado opinión relevante. Uno de ellos el Aymarazo en el año 2011 y otro el 2023, donde la población protagonizó revueltas sociales luego de la salida de Pedro Castillo del Gobierno. Básicamente en estas dos protestas sociales, el rol informativo de la radio fue preponderante.

Bueno, claro; el rol educativo de la radio no solamente se da desde un programa, si no; se comparte desde la perspectiva del periodista, del locutor o conductor de programa. Entonces la persona que conduce programas va educando a la población al margen de estar cumpliendo sus tareas de información.

Bueno, en Onda Azul tenemos varios programas educativos y entre los más resaltantes está “entre Escolares” para orientar a los niños a través de un enfoque periodístico específico. Otro que hace aportes importantes en la formación de las personas es: “Al encuentro con Dios”, un programa religioso de corte reflexivo y valores. Estos programas ayudan a que la población reflexione sobre el quehacer diario.

Bueno, Onda Azul jugó un papel educativo importante durante la pandemia, mucha población, tenía como única fuente de orientación y educación a la radio, incluso el ministerio de educación tomo como apoyo a las radios regionales para cumplir sus propósitos de orientación, dentro de ello; Onda Azul para educar con “Aprendo en Casa” y “Mi salud”.

Bueno sí, la radio forma opinión desde la emisión de programas musicales, porque a través de la música también el poblador radio oyente, en su mayoría joven; va formándose una noción de cómo es la vida. En Onda azul se escoge el contenido musical y difundimos temas que ayuden a reflexionar a los oyentes.

El programa Onda Juvenil, que es un programa de corte musical, aquí se analizan temas que les interesan a los jóvenes. Estos están preparados para que el locutor comente sobre algún tema de interés

colectivo, por ejemplo “valores” entonces, los jóvenes a través de llamadas opinan y vierten sus puntos de vista.

Bueno sí, el programa “Los infiltrados” y “Vida saludable” que se emiten los fines de semana para audiencias específicas: jóvenes para el primer caso y adultos en el programa Vida Saludable. En estos programas se comparten experiencias, reportajes y recursos radiofónicos que generan opinión pública.

CONSTRUCCIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA

Bueno sí, directamente los periodistas participamos en la construcción de la opinión pública, es así cargamos incluso con una tremenda responsabilidad, porque si no manejamos bien la información o damos el tratamiento adecuado, podemos mal educar o generar incluso desorden en la difusión.

Lo primero que debe caracterizar a los periodistas es la imparcialidad, los periodistas no podemos tener ideas sesgadas, porque si ocurre eso estaríamos inmersos en graves errores dentro de la comunicación. Otra de las características, es estar informados, leer o estar preparados para opinar sobre un tema.

Bueno, una experiencia reciente, la forma de apaciguar el protagonismo que se generó con la visita del Defensor del Pueblo a Puno. Los presidentes de comunidades expulsaron a este personaje de una reunión regional, implicándolos con Dina Boluarte. La población iba a ampliar este asunto, pero gracias al manejo de periodistas se calmó el problema.

Sí claro, no solamente juegan un rol protagónico en la formación de opinión, sino al igual que los periodistas, carga una responsabilidad ante la sociedad, lamentablemente el rol de los dirigentes o líderes sociales hoy en día son mal vistos o están sumidos en otras realidades. Por ejemplo, hay líderes envueltos en corrupción y su opinión no es creíble.

Bueno, que sean líderes honestos y si es posible elegidos por sus organizaciones para que su voz sea valorada por las grandes mayorías y tomados como una opinión influyente. Pero, si el dirigente sigue con experiencias negativas, la población siempre desconfiará de sus opiniones, aunque sean importantes.

Bueno, a pesar de haber estado involucrado en temas sociales, puedo decir a Walter Aduviri, que en algún momento generó polémica sobre la posible instalación de una minera formal en la zona sur de Puno. Se opuso contra la minería y creó corrientes de opinión para marcar pautas en la población.

Bueno sí, Onda azul básicamente en su noticiero de la mañana ha generado un espacio de apertura para ciudadanos de opinión libre, directa y sin sesgos. En ese espacio la población puede llamar para opinar sobre temas relevantes que inciden en la región y a partir de esa nota se generan mayores acotaciones.

Bueno, para recibir las llamadas que pueden ingresar en ese espacio, siempre inculcamos valores y que éstas llamadas deben ser alturadas y sustentadas con una razón. En ese sentido, la participación de voces populares, aunque no necesariamente genera polémica dan indicios para ampliar algunos temas.

Bueno, no necesariamente existen experiencias con nombre propio, pero las voces populares siempre han marcado pauta en los noticieros de la radio, en sí, las voces populares son parte de nuestra historia radial. Puedo decir de Claudio Paredes, que es un comerciante y su opinión es muy valorada por la gente.

PERIODISTA 3 (ROA)

ROL DE LA RADIO

En la región de Puno sigue vigente pese a que los medios no tradicionales han tomado bastante fuerza, es el caso por ejemplo de las redes sociales. Sin embargo, la radio nunca ha perdido vigencia. Lo cual se afirma con un estudio que hizo Onda azul que personas después de los 30, 40 o 50 años siempre prefieren escuchar programas informativos de la radio y están pendientes en la sintonía.

Bueno, siempre tuvo relevancia los noticieros de la emisora y el programa de opinión “Participación ciudadana” que se emite de lunes a viernes de 7.30 am a 9.00 am. Estos programas son quienes generan opinión y también son fuentes principales donde se originan las noticias.

Bueno, existen bastantes experiencias, pero; puedo resaltar por ejemplo la última en donde los noticieros dimos cobertura a la visita del defensor del Pueblo a Puno y experimentamos las consecuencias que tuvo esta visita. El defensor del pueblo no fue bien recibido por los presidentes de comunidades por su cercanía con Dina Boluarte. Otros temas que también generó protagonismo en la radio fue: el tema del gas, la descontaminación del lago, la inseguridad en la ciudad, el presupuesto en municipios y otros.

Por su puesto que existen programas educativos con nombre propio, pero resalto que, a través de los programas noticiosos también los conductores educamos discretamente al desplegar nuestras notas periodísticas. Porque emitimos juicio, sustentadas en la realidad de los sucesos.

Claro que sí, entre los programas educativos de Onda Azul, puedo resaltar a “Infiltrados” que se desarrolla con jóvenes y “Entre Escolares” en donde los principales protagonistas son los niños y jóvenes que ayudan a reflexionar sobre valores de la vida. Además de educar, ayuda a desarrollar su inteligencia y comunicación interpersonal en los jóvenes.

Desde hace 3 años atrás hemos empezado con los ciclos de conferencias para conocer personajes ilustres de la historia de Puno. El primer año se buscó la declaratoria del boletín Titicaca de Gamaliel Churata y se ha logrado a través del MINCUL. A partir de esa fecha la mayoría de los medios organizan ciclos de conferencias y valoran los actores de la historia de Puno. Otro tema que incidimos fue el Pan

artesanal Puneño, se habló en programas educativos y ahora las autoridades son protagonistas de este tema.

Claro que sí, tenemos el programa “Pensar Puno” que genera polémica en sus oyentes. Se emite los fines de semana y también los programas culturales que generan reflexión y comentarios en la población radio oyente. Mire son programas musicales, pero aquí el conductor juega un rol trascendental al elaborar su guion radial y pauta de contenidos para generar opinión.

Onda Juvenil, que se emite de 3.00 a 4.30 por las tardes, “Saborcito de la noche” y otros que se emiten los fines de semana como “El Carnalito” que atrapan audiencias fundamentales por sus contenidos que se emiten. Onda azul, al ser un medio de la iglesia católica cuida mucho el asunto de valores.

Que haya generado opinión pública no tanto, pero si incide a entretener a los oyentes con historias dramatizadas, humor, novelas radiales y otros recursos como el spot educativo que emite mensajes de reflexión.

CONSTRUCCIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA

Claro que sí, el rol de los periodistas se percibe desde los comentarios que se muestran en los noticieros. Los periodistas son indicadores dentro de la influencia de opinión, porque despliegan la noticia colocando su punto de vista, pero tener cuidado desde que tipo de periodista se está generando la opinión.

Los factores que le fortalecen al periodista son: la imparcialidad y veracidad, también el sentido crítico que manejan al opinar respecto a un tema en particular. Yo puedo afirmar que existe diferencias entre el periodista crítico y criticón. El periodista crítico plantea soluciones, mientras; el otro solo critica.

Yo conozco colegas bien responsables y con valores. Personajes que no están involucrados en actos de corrupción y merecen ser llamados periodistas y uno de ellos me atrevería a decir, es el colega Yovani Manrique y Dayan Mayta de Onda azul, que inciden en la toma de conciencia sobre diversos temas.

Yo particularmente considero que desde hace mucho tiempo existe carencia de líderes de opinión en la región Puno, entonces, los líderes de opinión que encontramos en el día a día no tienen respaldo de sus bases y simplemente saltan a la palestra por un interés particular y posicionarse en un cargo público.

Los factores que hacen creíble a la versión de un líder es por ejemplo la responsabilidad, la imparcialidad y la práctica de valores. Pero, como le decía, en estos últimos años no tenemos lideres de opinión que generen confianza en la región Puno.

Bueno, considerando como unos de los pocos líderes de opinión en la región de Puno, podría

mentonar al Dr. Ricardo Álvarez que a participado en diferentes debates y su opinión siempre generó polémica o tiene presencia en los medios de comunicación social.

Claro que sí, la opinión libre de personas siempre es importante en Onda azul, sin duda, estos personajes denominamos del diario vivir siempre van a decir una verdad o comentar los hechos reales porque ellos son parte de ese problema.

Pienso que estas personas deben practicar la honestidad y responsabilidad al comunicar un problema o hecho de su barrio, comunidad o ciudad. Puedo decir que la opinión de un poblador común y corriente tiene muchos sesgos o a veces llaman a la radio simplemente para comunicar un problema y no se genera necesariamente opinión pública.

Bueno, no encuentro experiencias concretas pues estas expresiones son momentáneas o temporales que enuncian sentimientos que salen del momento y a veces obedecen a intereses personales, particulares o de un sector. Ejemplo, alguien opina cuando no está asfaltado su calle y ese comentario expira.

PERIODISTA 4 (ROA)

ROL DE LA RADIO

Efectivamente, el rol informativo en la radio regional sigue siendo relevante a pesar de los avances trascendentales en la tecnología de la comunicación. El rol informativo de la radio es un puente de comunicación entre el emisor y oyente, la misma que genera reacciones de la población, para crear los noticieros.

Básicamente los informativos de la mañana, medio día y noche, las mismas que se emiten considerando las políticas de la radio y con un análisis profundo para mostrar realidades que se viven en nuestra región, nación y escenarios internacionales. Entonces, cuando hablamos de una noticia local desde ahí se genera opinión pública.

Por su puesto, la polémica que se generó con el arribo del Defensor del Pueblo a la ciudad de Puno en el mes de Julio. Se había anunciado esta visita y se percibía la generación de problemas y efectivamente con el arribó del Defensor del Pueblo se causó un altercado mayor, llegando incluso a ser expulsado por la fuerza del encuentro de comunidades campesinas. Aquí la radio participó de manera objetiva con su rol informativo.

Por su puesto, tenemos dos programas educativos en la radio o incluso más, que siguen siendo preponderantes el rol educativo. Pero, ahora bajó con la aparición de medios digitales que también replican las producciones en formatos más manejables, pero mostrando los mismos contenidos.

Entre los más importantes están los Infiltrados, Entre Escolares, quechua Rimayninchis y Aymara Arusa, los dos últimos se difunden en el idioma quechua y aymara respectivamente, estos programas

apoyan en la reflexión respecto a las vivencias del poblador rural, barrial y ciudad, pero ya no es tan acogida como en sus tiempos.

Como experiencia podría mencionar que estos programas educativos de la radio muestran hechos relevantes para que la población pueda recapacitar sobre algunos problemas. Por ejemplo, durante la pandemia la radio jugó este rol educativo orientando en el aspecto de Salud y educación, a través de programas específicos.

Por su puesto, el rol de entretenimiento de la radio sigue causando protagonismo en la generación de opinión pública: esto se manifiesta en los programas musicales, aunque ya no con la misma intensidad de antes.

Tenemos, “Primero lo nuestro” que difunde las vivencias, música y cultura de la región Puno, combinando en su contenido con espacios de humor, música, comentarios y reflexiones importantes.

Bueno estos programas no generan opinión pública, pero sí reflexiones importantes en el seno del hogar entretienen a los oyentes con historias dramatizadas, humor, radio novelas y otros recursos como el spot educativo que emite mensajes de meditación en los intermedios de los programas.

CONSTRUCCIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA

Por su puesto, y siempre este aspecto quedará marcado en Radio Onda Azul, porque los periodistas desde su formación profesional están capacitados para ser personajes influyentes en la opinión pública.

Prácticamente se resalta los valores, la credibilidad y el carisma que ostentan los periodistas, pero también tener cuidado en la forma de como se muestra el profesional al tratar las noticias, porque aquí también influye el aspecto emocional que atraviesa el periodista.

Por su puesto, existe una experiencia: el caso de nuestro compañero Franklin que al visitar los barrios de la ciudad de Puno encontró necesidades de la población de contar con servicios básicos, como el agua y desagüe y desde esos espacios se generó debates y la atención de las autoridades en los conos.

Mira, este tema de los líderes se está perdiéndose: En estos tiempos ya no tenemos lideres que puedan generar opinión pública. A lo mejor, hay desgaste en los líderes o el poco interés que ponen las nuevas generaciones. Pero hay pocos lideres de opinión pública en Puno.

Bueno, la imparcialidad en sus opiniones, pero como repito, no hay un líder de opinión referente en la región de Puno y si hay estos poquitos están perdiendo credibilidad por estar vinculados con políticos, autoridades o simplemente interesados en la solución de temas puntuales.

A pesar de estar varios años en los informativos de Onda Azul, no encuentro un líder referente que sea tomado en cuenta como líder generador de opinión. Debe ser porque ahora la mayoría de los líderes se volvieron interesados. A lo mejor puedo señalar al APU Mallku Leopoldo Quispe, de la zona Sur

que por el momento lucha por sus comunidades.

Por su puesto, cuando en la radio existen llamadas o participaciones (voz popular), siempre son atendidos. Las voces de las personas sean del sector rural o urbana siempre son consideradas como fuentes en la construcción de opinión pública

Como le mencionaba, al igual que en los dirigentes estos rasgos de honestidad o decir las cosas con sinceridad se está perdiendo y creo faltaría motivar a nuevos cuadros para que incursionen como protagonistas de las noticias.

Bueno, de una llamada que haya generado opinión pública. Puedo decir de un poblador que llamó de la ciudad de Moho para solicitar la instalación de servicios básicos y su autoridad puso en contexto esta situación y ahora cuenta con esos servicios. Su voz ha sido escuchada por sus autoridades.

PERIODISTA 5 (ROA)

ROL DE LA RADIO

Claro que sí, principalmente por la accesibilidad y en el caso de radio Onda Azul por su alcance y amplitud, credibilidad, incluso la radio para seguir cumpliendo el rol informativo se ha visto obligado a adaptarse al avance y desarrollo tecnológico.

Onda Azul Noticias y Participación Ciudadana, ambos han contribuido en la construcción de opinión pública. En el caso del noticiero se implementó un espacio donde la población tiene una participación directa; mientras en Participación Ciudadana a través de los diversos temas que se trabaja se genera opinión colectiva.

Uno de los temas en los que se ha involucrado radio Onda Azul ha sido en el tema de la masificación del gas a través de ductos, con el proyecto del Gaseoducto Sur Andino. Se ha incidido para que en este tema se involucren no solamente la sociedad civil, sino también los grupos organizados (CUBUP, FOP) y también el Colegio de Ingenieros.

Claro que sí, en el caso de onda azul doblemente y como fortaleza la promoción de diversos temas en los idiomas nativos de la región como es el quechua y el aimara.

Todos los programas deben estar comprometidos con el rol educativo. La contribución se da desde diversos enfoques: cultural, político, social, incluso religioso. Quienes involucran en sus estructuras la socialización de notas de coyuntura.

En onda azul se ha promovido todo un ciclo de conferencias de algunos personajes importantes que

hoy forman parte de la historia de Puno. Destacando sus obras y promoviendo sus aportes al desarrollo de la región Puno.

Claro que sí, el rol de entretenimiento en onda azul se practica desde la emisión de los recursos radiofónicos y el optimismo que les pone el conductor a los contenidos del programa radial. La participación de los oyentes en los programas de entretenimiento no solamente pide temas musicales, sino también dejan una opinión sobre determinados temas abordados.

En realidad, hay muchos programas y para diferentes edades. El más antiguo es “Primero lo nuestro que también involucra a invitados especiales para abordar diversos temas. también reciben la participación de la ciudadanía y así va formando opinión desde esos programas.

Claro que sí, en medio de la coyuntura política, los oyentes entretenidos por la música y humor, también se involucran con los hechos de actualidad. Por ejemplo, Dedicar temas musicales al gobierno de Dina Boluarte y a Josué Gutiérrez con una canción del grupo 5 vete no más o temas como mientes, entre otros

CONSTRUCCIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA

Claro que sí, los periodistas no solo informan sino también construyen opinión pública desde donde están, principalmente en este gobierno de Dina Boluarte, hoy criticada por las muertes en las protestas contra su gobierno y se evidencia los puntos de vista de los periodistas en diferentes programas de la emisora.

Uno de los principales factores que favorece a un periodista para generar opinión pública es la credibilidad, su profesionalismo y el acercamiento amical que podría tener con la población que trabaja.

Sí “Participación ciudadanía” es un programa de debate y por consiguiente el último caso fue la visita del Defensor del pueblo y su relación con el gobierno de Dina Boluarte, hubo un rechazo total en Puno, y los periodistas fueron los protagonistas de la noticia. Horas más tarde cuando participaba de un encuentro de comunidades campesinas en el teatro municipal fue repudiado y expulsado.

Claro que sí, porque tienen una influencia directa sobre la ciudadanía o quizá un grupo determinado. Pero todo depende de la credibilidad que tienen y en el caso de Puno muchos de los dirigentes han perdido credibilidad y ya no tienen convocatoria ni gozan de ese poder en determinadores problemas.

La credibilidad, confianza, practicar su lenguaje y el acercamiento a la población. También conocer su realidad, mientras más empatía haya sobre sus necesidades mayor incidencia de los líderes de opinión habrá

Quizá no sea líder, pero el caso del periodista Liubomir Fernández, con un seguimiento y articulación con los medios se logró evidenciar algunas inconductas del juez Guido Chavarría, quien presuntamente emitía veredictos judiciales a favor de personajes cuestionados por usurpación y apropiación de espacios públicos. El juez fue suspendido y afronta un proceso de investigación que podría acabar con su destitución

En Puno ya no hay personajes que tengan predominancia en la construcción de opinión pública. Todos cuestionados por mostrar una doble actitud ante determinados problemas sociales, en ese caso la opinión popular también perdió credibilidad y confianza en sus actuados.

Una persona con identidad y ejemplo. Que no solo diga sino también lo demuestre con acciones propias. Este aspecto se representa en la siguiente frase “hechos y no palabras”.

Ninguna, sin embargo; Onda Azul apertura en los noticieros un espacio para llamadas de la población y esas llamadas por su magnitud del problema, pueden o no generar polémica.

PERIODISTA 6 (PR)

ROL DE LA RADIO

Si, sigue vigente a pesar de existir otros medios por no decirlo así, el Facebook, YouTube e Instagram. La radio sigue preponderante porque, una de las razones que ayuda a esta supervivencia es la baja conectividad de internet que existe en las zonas rurales y urbanas de Puno, Otra de las razones es que la radio apasionó a los oyentes, al menos en la zona rural.

Tenemos básicamente los noticieros, de lunes a domingo Pachamama Noticias en tres ediciones y los programas de opinión que son de lunes a viernes Valgan Verdades y los sábados el programa Razón Libre, en ocasiones; Democracia Total, un espacio de análisis de la coyuntura electoral.

Uno de los aspectos que incidimos últimamente a través de los noticieros fue, por ejemplo, el uso de presupuestos del vaso de leche, que en muchos municipios habían sido congelados de enero a julio del Entonces cuando destapamos este caso, todos los alcaldes se pusieron operativos y ahora todo va bien. Bueno, temas así que ponemos en la palestra y tienen impacto.

Sí, continúa trabajándose este tema de los programas educativos en la radio y se caracterizan por presentar historias de vida a través de radio teatros o spots educativos, de hecho, que cada programa también tiene la instrucción de educar a los oyentes con el contenido de programas informativos.

Bueno, los programas del idioma quechua y aymara que se emiten en horarios especiales de la radio.

La población rural tiene la necesidad de escuchar estos programas generalmente por las madrugadas y tardes. La radio acomodó estos programas pensando en la rutina del vecino rural.

Como experiencia que causo impacto importante en la región fue, por ejemplo, la emisión de la radio novela Pedro Vilcapaza que fue trabajado en quechua por capítulos, este recurso radial, aparte de contar la historia de vida del líder Vilcapaza, educó con valores a nuestros oyentes de la zona norte (quechua). Con esto, vemos cambios en miradas y horizontes de los jóvenes.

Sí, efectivamente al igual que las novelas en los programas quechuas y aimaras, también existen programas musicales como “Puno Capital del Folklor” que caló hondo en la sintonía. Es así que programas de entretenimiento no necesariamente generan polémica, pero ayuda a reflexionar y formar opinión crítica de la realidad.

Existen varios programas de entretenimiento, que no simplemente ofrece música complaciente de los tiempos actuales, sino, emitimos música clasificada y con contenido educativo a pesar de que esto generó en algún momento una baja en la audiencia, pero pensamos que dentro de las familias genera reflexiones.

No hay programas musicales que generan opinión pública directamente, pero como manifesté, estos programas generan debates en los núcleos familiares de nuestros oyentes. Entonces el enfoque de la radio es ofrecer música constructiva a la audiencia a través de diferentes programas culturales y musicales.

CONSTRUCCIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA

Sí, por su puesto, porque los periodistas tenemos una lectura de la realidad y damos a conocer esas situaciones o sucesos de la vida para construir opinión pública. Aquí, también interviene la línea editorial y los valores que rigen el contenido de la radio. Por ejemplo, advertimos con insistencia el tema de derechos humanos, pero con sentido crítico.

Mas que factores, puedo decir la honestidad, la imparcialidad y los valores que practicamos en nuestro trabajo diario. Entonces a partir de estos aspectos un periodista crea confianza en sus oyentes, de lo contrario, estar inmersos en actos reñidos, su opinión no tendría impacto y credibilidad en la audiencia.

Sí hay varios temas que ponemos en agenda y que causa un impacto importante en nuestra audiencia. El caso específico reciente, el trabajo de los consultores o asesores FAP del gobierno regional, que laboraban con privilegios y sueldos exorbitantes, pero a partir de esa polémica regularon y ahora trabajan obedeciendo las normativas vigentes.

Sí, pienso que todavía hay, aunque en pequeño número. Estos personajes no necesariamente generan opinión pública de forma particular, sino a través de la radio se recurre para captar sus apreciaciones respecto a diferentes asuntos y ahí se genera un corriente de opinión para ser tomada en cuenta por

oyentes.

Pero al igual que los periodistas, estas personas consideradas como creadoras de información o fuentes de información deben gozar de credibilidad, honestidad y apoyo de su pueblo, cuando queremos la opinión de ellos, buscamos personas responsables y confiables.

Si consideramos por ejemplo al Dr. Jacinto Ticona, que participa en debates de temas jurídicos y su opinión siempre causa comentarios adicionales, incluso; otros medios a partir de ese comentario toman como fuentes de información. Otro el Sr. Rojas, exdirigente de FDCP.

Sí, la radio es de la población y como tal, ofrece espacios para que la ciudadanía participe directamente con sus opiniones o denuncias, entonces nosotros nos debemos a ellos y como medio de comunicación brindamos los micrófonos para que participen y formen opinión.

En sus participaciones nosotros siempre consideramos la identidad de las personas y creo basta con identificarse bien para participar en la radio. Esto implica que los conductores de la radio debemos estar preparados para recibir mensajes u opiniones de distintas fuentes y voces.

Bueno puede ser el caso del Sr. Feliz Suasaca que con una llamada sobre contaminación del río Ramis, alertó a la población en el año 2018 creo y ahora él se ha vuelto un personaje referente para consultas sobre temas de remediación o para opinar sobre remediación ambiental.

PERIODISTA 7 (PR)

ROL DE LA RADIO

Bueno, Radio Pachamama en la actualidad está en un proceso de transformación digital; pero a pesar de ello, el rol informativo de la radio sigue siendo fundamental en la región, porque entenderá que la población rural adolece de una buena señal de internet y por tal motivo siempre se informarán a través de la radio.

Bueno, tenemos los informativos a lo largo del día y también los programas de opinión como Valgan Verdades y Razón Libre que se emite de lunes a viernes y el otro los fines de semana. Estos programas ayudan a construir opinión pública porque quienes estamos ahí, trabajamos con responsabilidad.

Bueno, en la masacre ocurrida en el año 2023 luego de la salida de Castillo; aquí el programa Valgan Verdades toma la batuta y generó corriente de opinión sensata a lo largo de los tres meses de protestas que vivía la región, también la situación dolorosa de los soldados fallecidos en Ilave, entre otros. En estos escenarios la radio siempre ha sido protagonista y fuente de opinión.

Sigue siendo fundamental el rol educativo de la radio, pero con ciertos cambios que se acomodaron según el avance de la tecnología y la aparición de plataformas digitales. En realidad, el contenido que se ofrece ahora es más nutrido y según las demandas o necesidades de la población actual.

Bueno, los programas Pacha Hillary para los quechuas y Markasa Layku para los pobladores de la zona sur de Puno. Estos programas, anteriormente utilizaban cuñas radiales u otros recursos radiofónicos para educar a los oyentes, ahora, usamos esos mismos recursos en resumen para las plataformas digitales, pero sin descuidar los programas en onda media.

Efectivamente, la emisión de la radio novela Pedro Vilcapaza, que educó a la población, en temas de patriotismo, valoración de los recursos naturales, entre otros. Bueno, otro tema que impactó en la opinión pública fue la emisión de la radionovela Isabela, que es la historia de una mujer valiente que sopesa vicisitudes, pero al final sale airoso en la vida.

Sí, efectivamente; la radio siempre tiene influencia en la opinión pública y presencia en la zona rural, ya sea desde el rol informativo o de entretenimiento. Entonces, para nosotros es fundamental que los programas de la radio tengan siempre algún recurso que genere polémica o reflexión.

Bueno, como un aspecto de entretenimiento puedo indicar la difusión de los cuentos andinos que han sido grabadas en castellano, quechua y aymara y estos calaron sitios especiales. En la actualidad estos cuentos producidos por Pachamama Radio se ventilan en aulas escolares. Han sido tomadas por el MINEDU y eso es nuestro orgullo.

Bueno, como programas específicos de entretenimiento no tenemos en la radio, sin embargo, estamos proyectándonos en instalar una emisora en frecuencia Modulada en un tiempo muy cercano para captar la audiencia juvenil. Pero a nuestra manera generamos opinión pública.

CONSTRUCCIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA

Yo creo que sí, los periodistas siempre tenemos un rol protagónico en la radio y generamos opinión, en ese entender, para los periodistas la radio es considerada como un medio de difusión, expresión y reflexión, ahí se generan corrientes de opinión.

Bueno, los periodistas deben ser imparciales y objetivos, aunque esa objetividad esta sesgada porque los periodistas siempre estamos para defender el derecho ciudadano. Por su puesto, los periodistas debemos reflexionar antes de tocar temas relevantes en los programas radiales.

Un asunto relevante en donde los periodistas radiales hayan protagonizado en la formación de opinión pública fue la reciente visita del defensor del pueblo a Puno. Hecho que creó polémica y generó debates relacionados al trabajo del defensor del pueblo y la presidenta Boluarte.

Bueno, si hay bastantes líderes que generan opinión pública en la región, incluso ahora se ha ampliado las posibilidades para que estos líderes generen opinión pública a través de los medios digitales. Pero, últimamente hay crisis en la calidad de líderes en la región, la población piensa que un líder opina por interés particular.

Mucho depende de la forma como participa en la generación de opinión pública, por ejemplo, su forma optimista de opinar, su carisma y la perseverancia que pone para comentar.

Si, por ejemplo, este señor Félix Suasaca que prometió a su pueblo en los años 2010 a ser parte de la solución del problema de contaminación del lago Titicaca y hasta ahora sigue en la palestra su opinión y con ese comportamiento da entender que su preocupación no es por interés.

Por su puesto, la población común y corriente es nuestra principal fuente de opinión. Al menos en la radio nosotros hemos establecido redes de colaboradores y espacios para llamadas, en donde cualquier poblador pueda enviar información y desde ahí se generan comentarios.

Bueno, como en los líderes de opinión los agentes de comunicación, en este caso la voz popular también tiene sesgos de credibilidad, ese aspecto cuidamos en la radio, porque a pesar de que los informativos sean un espacio abierto de opinión, los conductores son quienes clasifican.

Bueno, son bastantes; pero no recuerdo de forma específica para describir qué personaje creo corriente de opinión. Pero, generalmente son las voces de nuestros colaboradores que tenemos en comunidades, distritos y provincias, son las que generan corrientes de opinión.

PERIODISTA 8 (PR)

ROL DE LA RADIO

En cierta forma sí, aunque los medios digitales hoy en día tomaron mayor protagonismo, pero como generadores de opinión pública el rol de la radio sigue siendo relevante, porque ahí se trabaja profesionalmente; mientras en los medios digitales todo es improvisado y ligero.

Haber, tenemos principalmente los programas informativos o noticieros que se emiten de lunes a viernes y fines de semana. También puedo considerar a los programas de análisis, aunque son pocos, pero generan grandes debates o son protagonistas de opinión pública.

Bueno, tenemos una nota que se ventiló en Pachamama Radio respecto al trabajo de investigación de los Periodistas Liubomir Fernández y Kevin Moncada. Ellos destaparon la red de corrupción que existe en el poder judicial y los abogados litigantes, entonces este asunto causó polémica y considero un hecho relevante de Pachamama Radio.

Definitivamente que sí, Pachamama Radio sigue educando a la gente, por lo menos en el medio rural, entonces este nivel formativo aún continua en la radio a pesar de que hoy en día no es fácil competir con otros medios que muestran otras maneras de educar a sus seguidores.

Mira, dentro de los programas educativos están: los programas culturales, Pacha Hillary y Markasa Layku, y programas que fomentan la valoración de las costumbres, tradiciones y dazas de la región. Otro, el espacio Psicológico, Derechos Humanos y otros programas que ven temas específicos.

Mira, puedo describir muchos programas educativos que generan opinión pública, pero, en resumen, puntualizo los programas que difunden novelas radiales para educar a la gente, por ejemplo; la historia de Pedro Vilcapaza, un luchador social que participó en la independencia del Perú y sus reflexiones ayudaron a formar opiniones diversas.

Definitivamente que sí, los programas de entretenimiento de Pachamama Radio están regadas con recursos que fomentan el desarrollo social, cultural y económico de la región, entonces estos programas si ayudan a reflexionar a las familias y también son fuentes de opinión.

Los programas que despliegan este rol importante en la radio, considero a todos los programas musicales y culturales sin distinción, Como ejemplo señalaría: Tus mañanas en familia, ritmo de la tarde y el programa noches felices.

Bueno, puedo contar varias experiencias, pero, lo más las recientes fue cuando la pandemia invadió a la región Puno, estos programas de entretenimiento de la radio ayudaron a recapacitar y mantener con serenidad los problemas del COVID 19. Incluso, puedo dar fe de que escuchar estos programas de entretenimiento, motivaron a los jóvenes a estudiar ciertas carreras.

CONSTRUCCIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA

Si, en definitiva, los periodistas son los principales protagonistas de la opinión pública. Nosotros como hombres de prensa marcamos la agenda en determinado tema, porque el periodista está actualizado con los temas mediáticos para generar opinión pública.

Yo pienso la neutralidad con lo que toma un asunto, la imparcialidad y los argumentos razonables que pone de su parte a la investigación. Aunque en estos tiempos vivimos una situación crítica y carente de valores, pero a pesar de ello, pienso que los periodistas debemos ser responsables en la generación de noticias.

Bueno un asunto relevante en donde los periodistas hayan influido elocuentemente en la opinión sería. La participación del colega Fredy Itusaca, que puso en la palestra la supuesta corrupción que practicarían ciertos jueces en el poder judicial. Caso que también generó debates en otros medios de comunicación.

Bueno, según mi percepción los líderes de opinión si desempeñan un papel relevante en la opinión pública, pero aquí viene la desconfianza de la población. En los últimos años pareciera que los lideres de opinión participan por interés propio, ejemplo; hay alcaldes o autoridades que antes eran dirigentes y hoy son autoridades.

Definitivamente hay valores importantes que debe practicar un líder de opinión, pero en realidad se nota la falta de estos valores. Pareciera que los líderes de hoy mienten como nunca habíamos notado. Entonces eso hace que la población desconfíe en la opinión del líder.

Si, puedo dar fe de la intervención del presidente de Mallkus de la provincia de Huancané Sr. José Carlos Gutiérrez, quién enfrentó al Defensor del pueblo en la última visita a Puno y este caso a sido comentado por otros medios, regionales y nacionales. Pero, en resumen, en la región de Puno debemos formar nuevos rostros o líderes de opinión.

Definitivamente que sí, la opinión popular de la población es la que alerta hechos para que los periodistas construyan corrientes de opinión. Pero, aquí los medios debemos ser muy rigurosos en nuestras fuentes, saber a quién obedecer o negar.

Similar al caso de los líderes de opinión una persona que opina públicamente debe tener personalidad, con ello quiero decir que la persona que emite un juicio sobre algún tema o problema debe gozar de credibilidad.

Bueno, los pocos personajes de la calle que conocía ahora ocupan cargos públicos y no puedo decir sus nombres. Este hecho no es malo, pero, pienso que un personaje con esos rasgos no es bueno como fuente de opinión

PERIODISTA 9 (PR)

ROL DE LA RADIO

Sí, porque la radio tiene características especiales para llegar a la gente, lo que no tienen otros medios, por más modernas que sean. Además, la radio tiene credibilidad y espacios ganados para cumplir ese rol informativo a través de sus noticieros.

Te puedo decir de los noticieros o programas de análisis que existen en la radio, ahí tenemos a Pachamama Noticias, edición mañana, medio día y noche. También los espacios de análisis que generalmente se emiten los sábados y domingos. Estos programas son quienes crean opinión pública.

Bueno, un hecho reciente sería por ejemplo las polémicas que se generaron respecto a la construcción del Hospital Manuel Núñez Butrón, que si es en Jallihuaya o en el mismo lugar donde funciona ahora. La opinión emitida por Pachamama Noticias, genero comentarios y ahora las autoridades toman este caso con delicadeza.

Por su puesto, para Pachamama Radio, este rol marcó diferencia por muchos años y en la actualidad sigue siendo relevante por su público objetivo que es el sector rural y mientras la tecnología no llegue con prontitud al campo, la radio siempre será generador de opinión.

Básicamente el programa Pacha Hillary, Markasa Layku y los noticieros, porque a través de estos programas se difunde toda la producción que genera reflexión en la población, familias y sociedad. Entonces, la radio educa con mensajes subliminales.

La emisión de la novela radial Isabela que se transmitió en los diferentes programas de la radio, trata de una mujer pobre que llega a la ciudad en busca de trabajo. En la historia esta mujer pasa por muchas dificultades y llega a ser empresaria generando puestos de trabajo para muchas personas. Su análisis, causó acogida y fomento de opinión.

Sí, por supuesto que sí; después de 20 años de existencia, la radio continúa brillando en su rol de entretenimiento. A mí me alegra escuchar las novelas radiales que producimos, pero esta vez convertidos en tik tok y spots educativos.

No necesariamente el rol de entretenimiento se desarrolla desde un programa humorístico o musical. Pachamama radio ha vigorizado su rol de entretenimiento con la difusión de las novelas. A parte de Isabela, están los cuentos andinos que ahora se escuchan en las aulas educativas del ministerio de educación.

Bueno, una experiencia actual en donde el rol de entretenimiento genere opinión, puedo decir al programa Pachamama Deportes, donde los conductores hablan sobre noticias deportivas, pero lo hacen con cierta ironía para que el programa sea más atractivo.

CONSTRUCCIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA

Si, yo creo que sí, pero ese periodista tendría que ser muy respetado para ser apreciado como generador de opinión. Quiero decir que, los periodistas somos por naturales generadores de debates, asimismo; fuentes de noticias porque trabajamos con mucho sentimiento y pasión.

Bueno un periodista ejemplar debe reunir todas esas condiciones de liderazgo, humanidad y amor a la profesión para generar opinión pública. Ser preparado no significa tener un grado, sino tener personalidad crítica para crear corrientes de opinión.

No sé de una experiencia reciente, pero puedo decir que, la historia nos muestra a: Federico More, José Antonio Encinas y Samuel Frisancho entre los más destacados. En la actualidad indicaría a Cesar Hildebrandt a nivel nacional y a Yovani Manrique, Mauricio Rodríguez y Jaime Calapuja en Puno.

Sí, tengo referencia de muchos personajes que son creadores de opinión pública, pero en la actualidad estos líderes van perdiendo credibilidad, debe ser por los años de permanencia en la dirigencia o será el contexto donde otros líderes también quieren sobresalir.

Bueno, puedo decir la honestidad y el criterio de análisis constructivo. Los líderes de opinión deben ser personas humanas antes de ser líderes. En este momento, hay mucha desconfianza en los líderes

por algunos antecedentes que opacaron su reputación.

Considero por ejemplo a un líder veterano, el Sr. Guido Vélez que con su opinión en las radios siempre generaba noticias. Este personaje fue dirigente de barrios, organizaciones populares y seguramente en otros escenarios también lideraba.

Sí, por ejemplo, cuando en la radio receptionamos llamadas de comunidades, estas voces son escuchadas y analizadas para luego generar otros comentarios. En sí, para la radio las voces populares son muy preponderantes en la construcción de opinión pública, pero son pocos.

Yo aprendí algo de los religiosos cuando trabajaba en Onda Azul, la opción por los pobres que pregonaba monseñor Jesús Mateo Calderón. Hablo de los años 1990 al 2000. Bueno en el momento hay mucha desconfianza y diría que se están perdiendo las voces populares.

No hay un hecho relevante con voz popular, pero como personaje de la calle puedo citar a Pablo Salas, un dirigente campesino que por años opina sobre las comunidades campesinas y sus opiniones calaron en el sentimiento de la humanidad.

PERIODISTA 10 (PR)

ROL DE LA RADIO

Sí, efectivamente yo puedo dar certeza que en Puno la radio conserva un sitio especial a diferencia de otras regiones, aquí la radio sobresale como generador de opinión pública por muchas décadas. Además, los oyentes pienso se familiarizaron con la forma de trabajo de las regionales y en particular de radio Onda Azul de Puno.

Bueno, puedo decir de los noticieros de Pachamama radio y Onda Azul, digo ambos, porque trabajé en las dos emisoras. También los programas de opinión, pero éstos tienen cierto sesgo político y eso le resta audiencia. Ejemplo, el conductor de Valgan Verdades de Pachamama radio es político.

Bueno, un hecho reciente en donde el rol informativo de la radio influyó significativamente en la población, fue en la protesta de los mineros informales. El propósito de ellos era quemar las instalaciones del gobierno regional, pero con la intervención de los medios, estos se calmaron y terminaron su movilización sin mayores desmanes.

Yo diría que sí, la radio no cumple solamente un simple rol educativo, sino es un instrumento poderoso para impartir educación, por lo menos eso se percibe en la población del sector rural, porque ellos se

informan a través de la radio y todavía hay un sentimiento enraizado.

Necesariamente están los programas que se emiten en el idioma quechua y aymara. También los programas religiosos, juveniles y culturales. Éstos tienen un esquema peculiar para impartir información educativa. Incluso, frente a la tecnología actual, estos mantienen audiencia.

Yo diría una experiencia en donde se percibe la influencia de la radio, es en la emisión de comentarios que hacen los conductores de programas radiales. Sus maneras de persuadir en la población son tales, que pienso no desaparecerán. La política de la radio apoya bastante en este aspecto.

Los programas de entretenimiento no son generadores de opinión pública, pero a su manera pienso que crean comentarios más internos dentro de la familia. Aunque estos programas en las dos emisoras regionales están preparados para públicos específicos: niños, adolescentes y adultos. Siempre hay gente que les escucha.

En Onda azul por ejemplo se tienen programas de entretenimiento para niños, adolescentes y adultos, mientras en Pachamama radio no hay, salvo programas de fomento cultural que emiten reportajes y contenidos que promueven la preservación de las danzas y música regional.

Bueno, el programa “Infiltrados” de radio onda azul. En este programa los jóvenes, no solamente se informan si no, desarrollan habilidades y se educan de una forma peculiar y activa. Estos programas están preparados y conducidos exclusivamente por jóvenes.

CONSTRUCCIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA

Yo creo que sí, a diferencia de los otros medios tradicionales como los periódicos. En la radio los periodistas se muestran públicamente y ese simple hecho de mostrarse con su voz, hacen que tengan poder de influencia en la opinión pública. Los periodistas son los primeros generadores de opinión.

Mira, lo primero que debe tener un periodista es la capacidad de análisis, la credibilidad y ser prudente. Teniendo estas características son aceptadas por la opinión pública, mira; la voz de ellos te lleva a un mundo imaginario y ahí piensas que sus opiniones son verdaderas y generan reflexión.

Puedo decir muchas experiencias, pero le contaré algo relevante sobre el poder de influencia que tienen los periodistas. En la protesta de los mineros informales, el colega Alberto Alejo de Pachamama radio, exageraba consecuencias a favor de los mineros y no se ajustaban a la realidad. Entonces, aquí debemos tener cuidado; el tipo de periodista que está creando opinión.

Sí, yo creo que los líderes son actores principales de la noticia, sin embargo; debemos ver primero la personalidad de cada líder. Hay líderes genuinos, responsables y honestos, pero también existen mentirosos con interés propio, aquí incluyo a los políticos que saltan a la palestra para ganarse adeptos y no para generar opinión pública.

Más que factores debemos considerar la personalidad y legitimidad de los líderes de opinión. Conociendo su personalidad, podemos deducir que la opinión de este líder es confiable o no en la generación de noticias.

Aunque hay pocos en la región, puedo decir algo del Sr. Tito Rojas del SUTEP Puno. Este dirigente, tiene credibilidad al menos en su gremio y cuando opina sobre temas que involucra al magisterio, genera polémica y es fuente confiable.

Sí, las voces populares con importantes en la radio, creo que desde ahí parte la construcción de las noticias y por consiguiente estas intervenciones voluntarias y libres son fundamentales en la opinión pública.

En la radio no se puede controlar la procedencia de las opiniones, pero al menos se puede persuadir su personalidad por su voz y las ideas que expresa.

Al igual que en los líderes de opinión, la población va perdiendo valores y poco a poco se percibe que la ciudadanía ya no cree en la opinión popular. Asimismo, estas participaciones quedan en una llamada por la importancia del tema y no van más allá del comentario.

Anexo 7. Fichas de respuestas de entrevistas a Radioescuchas

RADIOESCUCHAS 1 (LO)

De forma diaria, los noticieros de radio Onda Azul y de vez en cuando RPP regional.

Bueno en mi opinión si, la radio como medio formal ofrece noticias creíbles, ellos emiten noticias completas y sabemos quién es la persona que está informando. Mientras en los medios digitales se informa según el criterio de una sola persona y no son tan creíbles.

Sí, Onda Azul noticias y participación ciudadana en las mañanas para informarme de hechos regionales y a veces RPP para noticias nacionales.

Sí, como le comentaba la mayoría de los programas que emite Onda Azul son educativos. A parte de informarnos, nos educa con sus comentarios y análisis.

Sí, hay programas en quechua y aymara que ayudan a reflexionar y tomar conciencia a las familias rurales. Mis tíos por ejemplo escuchan esa radio en el sector rural.

Escucho un programa que se llama “Espacio Jurídico” conducido por un abogado y aborda diferentes temas que ayudan a analizar. Por ejemplo, una mañana habló sobre la tenencia de hijos en familias separadas, y pienso que esa información ayudó a entender a las personas que viven esa realidad.

Bueno, programas de entretenimiento y musicales de Onda Azul no escucho, más bien escucho “los chistosos de RPP” y eso me ayuda a enterarme de noticias nacionales, pero de una manera graciosa.

Si, de todas maneras, sea un programa informativo o de entretenimiento, siempre ayudan a tomar conciencia de algo.

Sí, el programa “entre escolares” que ayuda a desarrollar habilidades cognitivas a los niños y también educa a los padres de familia.

CONSTRUCCIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA

Si, para mí los periodistas son personajes influyentes que cotejan la información de ambas partes para emitir juicios. Son quienes ponen en agenda los temas a debatir y ese gesto hace que sean influyentes en los oyentes.

Sí, los periodistas del programa Participación Ciudadana, Yovani Manrique y Dayan Mayta son quienes al menos a mi opinión, informan con veracidad.

Bueno, sí el caso del periodista Yovani Manrique que cuando insidió en el tema del gas generó polémica, ahora los periodistas a nivel local o nacional siempre generan un punto de vista. En Macusani, el periodista Álvaro de Radio Altura.

Bueno, sí participamos los líderes, pero depende de los oyentes estar o no de acuerdo con la opinión que se genera. Mis opiniones en muchos casos son un puente entre los sucesos que ocurren y la percepción de los oyentes de la radio. Para ello, sería necesario diferenciar tipos de líderes y habría que conocer bien para estar de acuerdo o no.

Más que ayudar a comprender un hecho, se observa que los líderes de opinión son azuzadores o quienes incitan a seguir envueltos en problemas sin solución.

Sí, en las protestas del año 2023 se escuchó a muchos dirigentes de organizaciones sociales, pero como dije, la mayoría de ellos se presentaba camuflando ciertos intereses. Como un líder social positivo recuerdo al Sr. Suasaca de la cuenca Coata – Ramis, que puso en la palestra el tema de la contaminación del río Ramis y toda la cuenca del Titicaca.

Sí me parece importante que las radios incluyan a las voces populares en sus programas radiales, porque, estas voces son a veces quienes generan noticias.

En alguna ocasión sí llamé, pero era para alertar la presencia de los SERENAZGOS en la solución del desorden que estaban generando los comerciantes, fue en la época de la fiesta de la candelaria y sí me escucharon.

Sí, en alguna medida las voces populares pueden cambiar la percepción de la población, pero los oyentes evaluamos de dónde viene esa opinión, si es de una persona confiable o no.

RADIOESCUCHAS 2 (LO)

ROL DE LA RADIO

Por la importancia de sus noticias, Yo escucho radio todos los días, empiezo desde las 5 de la mañana hasta las 7 de la noche. Escucho todos los días sin excepción.

Creo que la radio en la región Puno ayuda a estar informado a muchas personas. Porque es un medio sensato y las noticias que vienen de ahí son trabajadas por profesionales. Entonces la radio no ha dejado de ser importante en Puno, a pesar de existir otros medios.

Sí, los programas que me ayudaron a formar opinión son básicamente los noticieros de Radio Onda Azul y Pachamama Radio, también los programas de análisis: Participación ciudadana y Valgan Verdades. También el noticiero de radio La Decana en Juliaca.

Sí, el programa de análisis de Onda Azul, que puso en debate el tema del gaseoducto Sur Peruano y ayudó a comprender y crear conciencia en las autoridades y la población.

Por su puesto que la radio contribuye a reflexionar sobre diferentes temas que preocupan a la población.

Sí, bueno dentro de los programas educativos de Onda Azul y Pachamama radio, están los programas emitidos en el idioma quechua y aymara. Esto es importante porque el conductor traduce las noticias del día en su idioma y en efecto va educando también.

Claro, por ejemplo, yo escucho los programas musicales de los fines de semana de Radio Onda Azul, porque los conductores complacen a sus oyentes con canciones de su preferencia y eso hace que la radio siempre tenga audiencia.

Por supuesto que sí, el programa “infiltrados” de Onda azul que orienta y educa a los adolescentes y jóvenes. En este espacio, los jóvenes se divierten y a su vez reflexionan.

Recuerdo por ejemplo este programa “Carnalito” que reemplazó al programa Mariachis en Onda Azul, lo que generó un debate en mi familia y con algunos amigos, Yo soy fiel oyente de este programa que se emite los domingos.

CONSTRUCCIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA

Dependiendo periodista de que programa sea, por ejemplo, los noticieros son más narrativos y ahí no existe influencia del periodista, salvo un comentario de él. Pero, los periodistas de programas de análisis sí influyen en la opinión pública, porque ahí ellos ponen su parte.

Bueno, puedo decir que confío en la opinión del periodista Yovani Manrique de Onda azul y Mauricio Rodríguez de Pachamama radio, porque informan con responsabilidad.

Sí el tomógrafo del hospital MNB de Puno y ESSALUD, estos equipos desde la pandemia estuvieron inoperativos y con un debate generado en el programa Participación Ciudadana de Onda Azul, se puso operativo.

El Sr. Félix Suasaca que siempre opina de la descontaminación de la cuenca Ramis y así, existen también otros líderes de opinión, pero creo que ahora ya no es como antes, son pocos los que opinan en radio. Al momento de opinar ante un público, trato de que sea claro y comprensible para que se genere una reflexión también clara.

Pienso que los líderes sí ayudan a formar opinión en los oyentes, porque son especialistas o conocedores de realidad y lo que dicen no es ningún invento. Esa condición de credibilidad le da ese poder de influir en la población y cala su opinión en la ciudadanía. Pero se debe trabajar un poco más en el hecho de que sean confiables.

Bueno, un líder que haya influido en la manera de pensar de las personas puedo citar al Sr. Josué Guzmán, ex presidente regional de rondas campesinas. También, en el tema jurídico al abogado Rolando Jiménez y así, dentro de los pocos que recuerdo, pero personas con mucha experiencia.

No me parece importante que los programas radiales incluyan a todas las voces como generadoras de

opinión, porque no todos son conocedores de los temas, dentro de las voces populares siempre existen improvisados y esas son distorsionadas.

Si llamé varias veces y también me llamaron de los noticieros para que opine sobre temas jurídicos y eso me parece relevante. Porque, estas voces de especialistas sí apoyan a formar opinión en los oyentes. Pero reitero, esas personas deben estar informados de la realidad.

Sí, esas voces de personas informadas si pueden cambiar los pareceres de la población, de lo contrario desinforman y queda desapercibido esa opinión.

RADIOESCUCHAS 3 (LO)

ROL DE LA RADIO

Si escucho con regularidad, pero con menor frecuencia los noticieros de Onda azul y el programa de opinión Participación Ciudadana. Pero, tengo familiares que escuchan a diario y la radio es su principal fuente de información.

Claro que sí, a través de estas radios me informo y como medios formales son confiables sus noticias. En cambio, las redes sociales generan confusión.

Si recuerdo, el programa Participación Ciudadana de Onda Azul, cuando toma interés en la conservación del Nevado de Quelcaya en Carabaya, se generaron corrientes de opinión.

Sí, el programa Pacha Hillary y Aymara Arusa de radio Onda Azul, que emiten espacios educativos para generar reflexión en su público objetivo, que es el sector rural.

Percibimos que la radio contribuye mucho en la reflexión, su labor de ellos es informar y emitir juicios críticos, y educar a la población en diversos temas.

Sí, los documentales o novelas radiales que emitían en la época de la pandemia cuando todos estuvimos estresados. Estos programas de radio onda azul fueron más que educativos.

Bueno, yo casi no escucho programas de entretenimiento, pero en las comunidades o el sector rural, la población acogió como su mejor compañía a la radio.

En el sector rural, la radio es el único medio que genera reflexión o entretenimiento. Ahí la población considera a la radio como parte de su familia o medio de solución.

Puedo citar a muchos, pero como más destacado el programa “Semillas de Vida”, que comparte música religiosa y parábolas que generan reflexión en las familias.

CONSTRUCCIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA

Efectivamente, los periodistas de radio influyen directamente en sus oyentes. Por eso, se dice que los

periodistas, convierten a los medios de comunicación en el Cuarto Poder del estado.

De onda azul, el Sr. Yovani Manrique y de “La República” Liubomir Fernández. Confío en la opinión de ellos porque informan con transparencia y fomentan cultura reflexiva.

Sí, el aporte de los periodistas de onda azul con la emisión de mensajes contundentes respecto a limpieza “Una ciudad limpia es la que menos se ensucia”, pareciera que este spot caló en la población de Puno que, a diferencia de Juliaca se mantiene más limpio y ordenado.

No se trata solo de informar, es necesario también ayudar a las personas a contextualizar los problemas de la actualidad. En mi barrio escucho también hablar por radio a mis vecinos y a algunos dirigentes que opinan son muy conocidos y perdieron confianza de la población.

En un 30% la opinión de los dirigentes será pues válido. Pero, como casi todos los dirigentes han sido candidatos o hablan por la radio para hacerse conocer, entonces ya genera duda. Un factor importante puede ser que representen los intereses de grupos mayoritarios legítimos.

Bueno, a pesar de que puede haber dirigentes que evocan la verdad, la mayoría de ellos están desprestigiados.

Sí me parece importante, porque creo que la población de la calle traslada a la radio un problema real. Además, su participación es espontanea.

No he llamado, pero escucho decir a mis vecinos que las radios están perdiendo esa costumbre de recoger información de la calle. Pero en casos de emergencia sí, la radio siempre está para escuchar a la población.

Sí, pueden influir y cambiar la mente de la gente, pero como te digo, hoy en día el pueblo ya no participa como antes en la radio.

RADIOESCUCHAS 4 (LO)

ROL DE LA RADIO

Bueno, yo cada mañana tengo la costumbre de escuchar noticias a través de radio onda azul y a veces radio La Decana de Juliaca.

Sí, la radio es un medio importante que ayuda a informarnos. Pero, mucho depende de la política de la radio, onda azul por ejemplo contextualiza bastante los problemas regionales.

Sí ayuda, la mayoría de los programas de radio onda azul son valorados por su forma de educar a la gente, su compañía es vital en la región. Esta radio siempre está de cerca en la solución de problemas sociales, políticos y económicos de la región.

Desde pequeña yo escucho el programa “Aymara Arusa” que antes era “Orgullo Aymara” y ese

programa es vital para el sector rural porque ayuda a comprender la realidad, desde diversos puntos.

Sí, efectivamente la radio es vital para que la gente tome conciencia sobre diversos temas, no solo es educativo sino, forma a las personas en diferentes aspectos.

Sí, el programa Aymara Arusa que es conducido por Wilber Arce. Este conductor es muy dinámico y gracioso al comentar temas de interés de los aymara hablantes y eso siempre genera reacciones dentro de nuestras familias.

Yo escucho espacios noticiosos con mayor frecuencia, sin embargo; puedo destacar la emisión de los cuentos Andinos en aymara, como un aporte relevante de la radio.

No solo genera reflexión los programas de entretenimiento, sino en forma global la radio es educativa y formativa. Por citar un hecho, en tiempos de pandemia nos enseñó mucho la radio.

Sí, en tiempos de pandemia por ejemplo mi sobrina estudiaba en la ciudad, pero antes de escuchar sus clases virtuales, escuchaba el programa Aprendo en Casa que emitía onda azul.

CONSTRUCCIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA

No necesariamente son influyentes. Todo depende de cuan preparado está un periodista y si en la radio muestra esa capacidad entonces la población acoge sus comentarios.

Sí por ejemplo la opinión del Sr. Yovani Manrique es muy acogida por la población. Yo también confío porque analiza los temas desde diferentes enfoques y ahí se nota de lejos la imparcialidad en su análisis.

Sí, la presencia de los periodistas de onda azul en las protestas sociales, que no solo acompañan para cubrir la noticia sino a través de sus comentarios ayudan a entender el contexto.

Donde se da más espacio e importancia a los líderes es en Radio Onda Azul, mientras en Pachamama radio y La Decana, creo que no hay mayor espacio para estos personajes. La opinión de los líderes en la radio es importante, ya que amplifican las ideas de un grupo de personas.

Todo líder debe estar bien informado para tomar decisiones acertadas, no necesariamente debe estar afiliado a movimientos o instituciones, el factor más importante en un líder es esa motivación de cambiar la sociedad para un progreso conjunto. Aunque las generaciones de ahora reciben con cierto recelo la intervención de estos líderes en los medios de comunicación.

Sí, puedo mencionar al Sr. Sandro Juvenal Hallasi, dirigente de la pequeña minería que, con sus intervenciones en las protestas sociales, siempre incita a la cordura en las emisoras radiales, su opinión fue y es relevante.

Sí me parece importante que la radio deje participar a la población, por ejemplo, onda azul se

caracteriza por este aspecto. Toma mucho en cuenta la opinión de la población.

Si llamé a los noticieros de onda azul y los periodistas recibieron con gentileza mi opinión y lo mismo hacen con otras intervenciones. Para ellos, la voz popular es su fuente de noticias.

Sí pues, una opinión responsable siempre genera reacciones o diferentes percepciones de la población.

RADIOESCUCHAS 5 (LO)

ROL DE LA RADIO

Bueno por la situación de trabajo y la zona donde me encuentro, escucho con regularidad los noticieros y programas de debate de Pachamama radio.

Obviamente que sí ayudan a estar informados, pero aquí debemos tener cuidado en la selección de la emisora para informarnos. Hay otros medios no confiables.

Alguna vez escuche la opinión del periodista de Valgan Verdades sobre la importancia del agua y el lago Titicaca. Y me parece que desde ahí las autoridades consideran al agua como una de sus prioridades en sus planes de trabajo.

En épocas anteriores el rol educativo era su razón de ser de radio Pachamama, pero ahora creo con la tecnología bajó este trabajo, a no ser estén trabajando para otras plataformas.

Bueno, tanto programas educativos e informativos ayudan a tomar conciencia respecto a un tema, también generan reacciones.

Mencionar el protagonismo que desempeñó Pachamama radio durante la pandemia COVID 19, la gente rural al menos se educaba junto a la radio.

Si en sus inicios de Pachamama radio escuché programas de entretenimiento, hablo del año 2010 en donde todavía la radio tenía relevancia, pero ahora las redes sociales opacan ese rol.

Necesariamente, todos los programas de radio son influyentes como el programa “Infiltrados” en Radio Onda Azul, porque detrás de la producción hay una persona que ha preparado un programa para ganar audiencia. En estos programas, la gente reflexiona y, a la vez, se divierte.

Fuera de Pachamama radio el programa de humor de RPP, con la emisión de noticias jocosas mantiene entretenido a la población y por consiguiente genera reflexión.

CONSTRUCCIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA

Obviamente, los periodistas de radio son los primeros generadores de la noticia y por consiguiente influyen en la población.

Bueno en la actualidad no. En años anteriores pensé que Mauricio Rodríguez y Hernán Fuentes eran

referentes en el periodismo, pero desde que llegaron a ser gobernadores, intuyo que todos los periodistas están en la radio por intereses políticos.

De todas maneras, es innegable que la opinión de los periodistas no provoque reacción de la población.

Obvio, los líderes de opinión o dirigentes dónde no faltan. Pero en el caso de la radio, los dirigentes participan con intereses propios y su opinión ya no es valorada como antes.

Los líderes al hablar en la radio deben tener visibilidad positiva, representar intereses comunes, sus comentarios deben generar reflexión. Estas cualidades al consolidarse de manera adecuada producirían un significativo impacto en el radioescucha.

En un momento determinado un líder puede tener influencia en la población, pero, esa confianza lo matan cuando su interés camuflado sale a la luz. Hay muchos líderes en la región de Puno, que generan conciencia sobre temas coyunturales, a veces nosotros representando a la institución salimos a las radios a presionar a las autoridades locales.

Obvio que las radios deben considerar a las voces populares en sus programas, porque de lo contrario como hablarían de ellos sin conocer su realidad.

Sí llamé a Pachamama radio, pero nunca tuve acceso porque pienso lo hacía en horas punta donde las llamadas telefónicas se cruzan. Pero las pocas llamadas que ingresan a la radio son importantes

Obvio, las declaraciones de los ciudadanos populares forman la noticia en los medios de comunicación y por consiguiente generan análisis.

RADIOESCUCHAS 6 (VP)

ROL DE LA RADIO

Siempre escucho todos los días los noticieros de radio Onda Azul y Pachamama Radio, alterno según la importancia de las noticias. No tengo televisor ni celular, yo escucho radio en este receptor pequeño, tengo otras radios también.

Siempre la radio ayuda a estar informados o conocer lo que ocurre en nuestro alrededor, pero los medios digitales como el Facebook, en vez de informar, distraen a las personas.

Sí, recuerdo; por ejemplo, el noticiero de onda azul cada día pone un tema en consulta para que los oyentes opinen y luego hacen un resumen de la apreciación de los oyentes. Ese espacio es importante porque ayuda a analizar el tema desde diferentes puntos de vista.

El programa quechua que se emite de 3.30 a 5 de la mañana, también el programa “Primero lo Nuestro” Estos programas nos educan bastante...

Sí, estos programas de la radio siempre ayudan a comprender mejor la realidad y apoyan también a

enterarnos de lo que ocurre a nivel local, nacional e internacional.

Sí, recuerdo, en el programa “primero lo nuestro” cuando llega la fiesta de la candelaria los conductores no solo difunden las danzas y música, sino opinan sobre diferentes temas, ejemplo seguridad y ese comentario que hacen genera reflexión en nuestras familias.

Sí, siempre en su mayoría escucho los noticieros, pero también a veces escucho programas musicales en las tardes y noche.

Sí, siempre cualquier programa de la radio influye en los oyentes. Mientras el celular y otros medios digitales distraen a la gente.

Sí, recuerdo, el caso del programa “Por las rutas del recuerdo”, que pone huaynos del pasado, y la mayoría de las canciones tienen un contenido educativo que genera reflexión.

CONSTRUCCIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA

Sí, siempre influye la opinión de los periodistas en nosotros, pero también debemos saber a qué periodistas escuchar.

Bueno, sí confío en los comentarios que hace mi amigo periodista Franklin Alejo de Onda Azul, él siempre informa con la verdad desde el lugar de los hechos, por aquí también viene de vez en cuando.

Sí, siempre los periodistas al informar sobre una noticia generan reacción, ahora último por ejemplo hablaron sobre el crimen de una señorita de 25 años que fue descuartizado por su enamorado y la mayoría opinamos con sentido de reflexión.

Sí, respecto a la participación de los líderes en la radio puedo decir que el 50% puede ser creíbles. En estos tiempos ya no hay confianza en los líderes, porque hablan por interés propio.

Bueno, como te dije solo el 50% de los líderes pueden influir en la manera de pensar de las personas, el resto no.

Bueno sí, recuerdo por ejemplo del Sr. Edgar Mancha, que es un maestro universitario y sus opiniones en la radio generan polémica, porque analiza bien los temas.

Sí, me parece importante que las radios consideren en sus noticieros a las voces del campo y la ciudad. Porque ahí está la noticia real y ellos conocen con detalle sobre esa información.

Siempre llamo a las radios locales donde se presentan las noticias, para opinar de algún tema y consideran mi opinión en sus comentarios y debates. Hace una semana, llamé por celular para informar sobre la falta de agua en este barrio, y me escucharon.

Las voces de la población generan reflexión en los periodistas y en los oyentes, sensibilizando a ambos e incentivando un espacio de reflexión colectiva que enriquece el diálogo. Todo lo que escuchamos

provoca cambio, y más todavía si se trata de las radios de la región de Puno.

RADIOESCUCHAS 7 (VP)

ROL DE LA RADIO

Bueno, yo escucho radio todos los días, generalmente por las mañanas escucho los noticieros de radio Onda Azul y Pachamama Radio y por las tardes programas musicales de Onda Azul y a veces FM.

Sí, lógicamente la radio siempre te trae noticias frescas del momento y no como el periódico y televisión que emiten sus noticias después de lo que haya ocurrido un hecho.

Sí, recuerdo; el punto de vista de los periodistas de Pachamama Radio, Mauricio Rodríguez y Hugo Supo, sobre la demarcación territorial entre Puno y Moquegua y se solucionó en parte ese problema.

Sí, en las tardes existe un programa netamente aymara “Markasa Layku” de Pachamama radio, y ese programa marca un hito en la educación de mi familia.

Claro, este programa radial en Aymara, por ejemplo, pone reflexiones importantes en el idioma aymara y todos sus comentarios del locutor también son educativos. En el programa quechua de onda azul, por ejemplo, la difusión de los cuentos andinos, que son educativos.

Sí, por ejemplo, en la época de la pandemia ponían el drama “Isabela” y esta novela enseñaba de que no hay ningún problema que puede superar las expectativas de una mujer valiente.

Buenos yo escucho más programas noticiosos de radio, y en algunas ocasiones los programas musicales de entretenimiento o recreación.

En cierta forma hay cosas buenas y malas en los programas de entretenimiento de la radio en nuestro contexto, y esas cosas influyen en los oyentes, luego hablan y se comportan de acuerdo con lo que escuchan pues.

Sí, recuerdo, el programa Onda Juvenil de radio onda azul que ayuda a reflexionar a los jóvenes y a la par comparte música y alegría para sus oyentes.

CONSTRUCCIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA

Bueno, para mí no todos los periodistas son influyentes, porque la población hoy en día sabe seleccionar a que periodista escuchar. Hay, interesados o políticos que están en las radios.

Bueno, conozco a varios periodistas de Onda Azul y Pachamama radio, pero no me genera mucha confianza total sus comentarios.

Bueno no recuerdo con exactitud un problema que haya sido abordado por algún periodista en particular, pero de forma general, los periodistas siempre generan reacción de la población cuando

informan de un suceso.

Sí, participan dirigentes de mi barrio en la radio, pero, la mayoría de sus opiniones no son creíbles. Estos líderes opinan en la radio por conveniencias particulares. Antes si había líderes respetados, ahora no.

Si influyen de todas maneras con su opinión, pero la población ya no cree en la palabra de los líderes. Estas personas no opinan al 100% a favor de la población, ellos tienen intereses.

No conozco ningún líder de opinión que haya influido en mi manera de pensar, pero dirigentes interesados sí, ahí está el Sr. Amador Núñez, presidente del FOP (Frente de Organizaciones Populares).

Sí, es importante que las radios consideren nuestras voces, aquí en Salcedo por ejemplo cada año se inundan las calles y cuando llamamos a la radio ellos consideran nuestras opiniones y ayudan a dar solución al problema.

Sí, la franqueza vale. Mis vecinos y yo siempre llamamos a la radio cuando tenemos algún problema, relacionado a problemas sociales. Pero nuestra opinión queda en simple llamada y no hay seguimiento. A pesar de ello sigo llamando, porque es el único medio para que el gobierno nos escuche.

Sí, pues; cualquier opinión en la radio siempre es relevante, incluso en estas radios Onda Azul y Pachamama, acogen con gratitud nuestras voces, aunque no genera debate.

RADIOESCUCHAS 8 (VP)

ROL DE LA RADIO

Yo escucho radio las veces que puedo, no es constante, sin embargo; prefiero informarme dos o tres días de la semana por estas emisoras: Onda azul y Pachamama radio.

Sí, pues la radio por más que existan medios alternativos, siempre nos ayuda a estar informados. La población ha crecido con estas radios y valoran como parte de ellos.

Puedo decir con certeza que los noticieros. Onda Azul Noticias y Pachamama Noticias, son programas formadores de opinión pública. Ayudan a solucionar muchos problemas en esta localidad.

Sí, todavía escucho programas educativos de Pachamama Radio, estos generalmente se emiten en quechua y aymara y aparte de educar en el idioma nativo, forman a la ciudadanía en valores.

Los programas educativos de la radio local siempre generan reflexión, diría incluso que estas emisoras tienen un estilo único para educar a la gente.

Sí pues, la mayoría de los programas educativos de Onda azul y Pachamama radio, pienso que generan debates en los oyentes. Porque, emiten programas trabajados y no hay comparación con otros medios que transmiten programas improvisados.

Bueno, generalmente escucho programas informativos con mayor frecuencia, pero eso no quiere decir que deje de escuchar espacios musicales o de entretenimiento, como: Puno Capital del Folklores Peruano que se difunde los domingos.

Sí pues, por ejemplo, está el programa Primero lo Nuestro de Onda Azul, influye bastante en la población urbano marginal, porque detrás del micrófono existe una persona que te está hablando y ese aspecto es valorable en la radio.

Diría que todos los programas musicales de Radio Onda Azul y Pachamama Radio, además de generar reflexión, fomentan cercanía y familiaridad entre el locutor y los oyentes. Cuando me encuentro con familiares prendemos la radio y crea un nuevo debate.

CONSTRUCCIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA

Yo creo que sí, los periodistas como principales acompañantes imaginarios de la población, influyen en la percepción de las personas. Incluso, son fuentes creadoras de noticias.

Si el periodista Fredy Itusaca de Pachamama radio y otros periodistas de Onda Azul, La Decana y Sol de los Andes, que generan familiaridad. Confío en sus opiniones porque conozco la trayectoria profesional de muchos y pregonan la imparcialidad.

Yo creo que sí, la opinión de los periodistas siempre genera reacción o cambio en la población, entonces, a mi punto de vistas, los periodistas son los principales constructores de la opinión.

Sí, hay varios dirigentes que participan en los noticieros de las radios regionales, pero sus opiniones ya no son tan escuchadas como en otras épocas en donde sí tenían relevancia.

Si pues, estos dirigentes en alguna medida ayudan a entender sobre los problemas que preocupan a nuestros pueblos. Pero, los líderes actuales carecen de credibilidad.

Bueno, puedo mencionar al señor Félix Suasaca de la Cuenca Ramis, que no necesariamente considero como líder, pero sus opiniones son acogidas e influye en la población.

Sí pues, es importante que las radios escuchen a las voces populares, porque estas voces reflejan las verdaderas realidades, causan atención e impactan en la población por su naturaleza y originalidad. Otorgan eso que llaman diversidad de opiniones, así la radio se vuelve inclusivo pues.

En alguna ocasión llamé, pero estas llamadas, al menos en Onda azul y Pachamama radio, ingresan y se transmiten en forma directa. Entonces, la población sí podemos emitir nuestro punto de vista respecto a un tema con mucha libertad. Lo que no pasa a menudo con las radios nacionales.

Sí, las opiniones emitidas por radio tienen un gran cambio en la población, este medio llega a un amplio público. Estas influyen en la forma de pensar de las personas, generando reflexión y debate, ya sea de manera positiva o negativa.

RADIOESCUCHAS 9 (VP)

ROL DE LA RADIO

Antes cuando era estudiante escuchaba todos los días la radio, pero ahora con el trabajo escucho solo noticias de Pachamama radio.

Aunque en forma limitada, por la invasión de los medios digitales, la radio sigue informando a la población y con mayor ímpetu en el sector rural, donde la tecnología tarda en llegar.

Bueno sí, los noticieros de Pachamama radio, siempre generan análisis y desde esa posición uno va formando una idea consensuada de un hecho. Por ejemplo, en Pachamama inciden el tema de Derechos Humanos y generan distintas percepciones.

Sí, los programas Pacha Hillary y Markasa Layku de radio Pachamama, te ayudan a comprender mejor las vivencias de la población.

Pues, estos programas aparte de explicar una noticia en quechua o aymara te fortalecen emocionalmente para tomar decisiones en la vida.

En ese sentido reflexivo, yo y mi familia hablamos quechua y escuchamos el programa Pacha Hillary de Pachamama radio. Algo que marcó nuestras vidas fue la emisión de la novela “Vida de Pedro Vilcapaza” Nos dejó tantas enseñanzas.

Como le comenté al inicio, que escucho solo noticieros y con poca frecuencia, no puedo opinar mucho sobre los programas de entretenimiento.

En general puedo decir que cualquier programa de radio siempre influye en la forma de pensar de la población.

Sobre este asunto, no tengo ninguna experiencia para contar.

CONSTRUCCIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA

Si pues, en ciertos programas la opinión de los periodistas es influyente, por ejemplo, el programa Valgan Verdades de Pachamama radio.

La opinión del periodista Fredy Itusaca y Mauricio Rodríguez siempre considero importante porque conocen la realidad de la región Puno y opinan con sustento sobre cualquier tema.

Sí, por ejemplo, la posición de los periodistas de Pachamama radio respecto al tema de minería, es muy decisivo. Ellos le dan mayor peso al tema ambiental para generar reflexión.

Obviamente que sí, hay dirigentes de mi barrio que participan en la radio mostrando algún problema

del barrio y son escuchados.

Bueno, no todas las opiniones de los líderes ayudan a entender una situación. Otros, tergiversan cuando ponen en primer orden sus intereses.

Sí, recuerdo por ejemplo de Walter Aduviri que en la protesta del Aymarazo generó mucha incertidumbre en la población con su lucha en contra de la minería formal.

Es muy importante que las radios tomen en cuenta la opinión de la población en sus programas, en especial en los noticieros, eso fortifica su credibilidad. Cuando las radios escuchan y responden a las preocupaciones de la gente, fortalecen la confianza del público.

En alguna ocasión, interactué y compartí mi opinión con los periodistas de Pachamama Radio cuando teníamos problemas en la comunidad, y esa opinión generó una respuesta de las autoridades.

Así es, las opiniones de la población popular siempre ocasionan reacciones ya sean negativas o positivas.

Cuando escucho las experiencias y opiniones de otras personas, me siento más despierto y conectado con sus realidades, eso me hace reflexionar y pensar. Sí pues, cambia lo que hablan en la radio, ayuda a formar opiniones nuevas, sobre todo cuando los temas afectan a todo.

RADIOESCUHAS 10 (VP)

ROL DE LA RADIO

Regularmente escucho la radio, los noticieros de Onda Azul más que todo.

El noticiero de la mañana y de la noche de Onda azul y a veces el programa de opinión Participación Ciudadana. Entonces estos programas ayudan a estar informados.

Por su puesto, la opinión del periodista Yovani Manrique siempre es atinado y en ese sentido fomenta comentarios o reacciones de las autoridades y la población.

Todavía escucho de vez en cuando programas educativos de radio onda azul, estos programas ayudan a comprender la realidad que nos engloba.

Si pues, todos los programas radiales por más insignificantes que sean educan a la gente y crean reflexiones.

El programa “quechua Rimaynichis” y “Primero lo Nuestro” considero como programas educativos relevantes de radio onda azul, que generan siempre un debate entre nosotros.

Escucho con más frecuencia los programas de análisis, pero de vez en cuando también el programa musical “Onda Juvenil” en Radio Onda Azul.

Si pues, estos programas también educan o ayudan a formar opinión sobre temas específicos, como la delincuencia, inseguridad entre otros.

Bueno puedo decir que el conductor del programa onda juvenil creo que selecciona los temas musicales según el contexto. Nunca escuché un tema musical que motive a la violencia, por ejemplo.

CONSTRUCCIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA

Yo creo que sí, la influencia de los periodistas en la opinión pública es notorio. Aunque también existen periodistas de relleno que no influyen en nada.

Sí, la opinión de la periodista Dayan Mayta y Franklin Alejo, pienso son influyentes en la opinión pública.

Sí, cuando opinan por ejemplo de los municipios, los alcaldes o autoridades municipales reaccionan de inmediato, entonces eso quiere decir que la opinión de estos periodistas tiene acogida.

Sí, la opinión de los dirigentes y líderes también son importantes en los programas radiales, siempre hay personas que están llamando por teléfono y eso está bien.

Bueno, son pocos los líderes que tienen impacto con sus opiniones. La mayoría llama a las radios para opinar de temas generales o por asuntos particulares.

No recuerdo de un líder importante, pero puedo decir de Tito Rojas del SUTE que tiene opiniones importantes respecto a educación.

Sería importante que las radio considere a las propias voces del campo en sus noticieros, pero normalmente son trillados los que llaman a la radio. La interacción con las voces de zonas rurales generaría más diversidad, evitando las monotonías. En los noticieros sí considerarían las voces de los ciudadanos, con ello se crearía lazos más confiables.

Sí pues, a veces llamo, pero al menos en onda azul he visto que valoran mucho a la gente del campo, pero en otras radios no.

El hecho de que las opiniones se transmitan de forma pública y abierta se crean espacios para intercambiar ideas, lo que puede cambiar la perspectiva de quienes escuchan, o sea, puede promover que las personas sean críticos en su vida diaria. Así pues, cualquier opinión en la radio siempre es una voz importante y provoca reacciones.