

**LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y
Humanidades, Asunción, Paraguay.**

ISSN en línea: 2789-3855, 2025, Volumen VI

Conexiones radiales Perú – Ecuador: El caso de 'El Súper Show' y su influencia en el habla cotidiana de Tacamoros – Loja

Peru – Ecuador Radio Connections: The Case of 'El Súper Show'
and Its Influence on Everyday Speech in Tacamoros – Loja

Gissela Beatriz Solano Ramos

gissela.solano@unl.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0007-6453-1432>
Universidad Nacional de Loja
Loja – Ecuador

Carlos Antonio Granda Cruz

carlos.a.granda@unl.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0005-3510-3258>
Universidad Nacional de Loja
Loja – Ecuador

Franklín Gustavo Santín Picoita

franklin.santin@unl.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-3852-047X>
Universidad Nacional de Loja
Loja – Ecuador

Eduardo Fabio Henríquez Mendoza

ehenriquez6802@upse.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-6102-9809>
Universidad Estatal de la Península de
Santa Elena
Libertad – Ecuador

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v6i3.4014>

Artículo recibido: 20 de mayo de 2025

Aceptado para publicación: 04 de junio de
2025.

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.


Redilat
Red de Investigadores
Latinoamericanos

NÚMERO

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v6i3.4014>

Conexiones radiales Perú – Ecuador: El caso de ‘El Súper Show’ y su influencia en el habla cotidiana de Tacamoros – Loja

Peru – Ecuador Radio Connections: The Case of ‘El Súper Show’ and Its Influence on Everyday Speech in Tacamoros – Loja

Gissela Beatriz Solano Ramos

gissela.solano@unl.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0007-6453-1432>
Universidad Nacional de Loja
Loja – Ecuador

Carlos Antonio Granda Cruz

carlos.a.granda@unl.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0005-3510-3258>
Universidad Nacional de Loja
Loja – Ecuador

Franklin Gustavo Santín Picoita

franklin.santin@unl.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-3852-047X>
Universidad Nacional de Loja
Loja – Ecuador

Eduardo Fabio Henríquez Mendoza

ehenriquez6802@upse.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-6102-9809>
Universidad Estatal de la Península de Santa Elena
Libertad – Ecuador

Artículo recibido: 20 de mayo de 2025. Aceptado para publicación: 04 de junio de 2025.
Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Resumen


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

Palabras clave: radio, vocabulario, frontera, influencia, identidad

Abstract

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

Keywords: radio, vocabulary, border, influence, identity

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicado en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons. 

Cómo citar: Solano Ramos , G. B., Granda Cruz , C. A., Santín Picoita, F. G., & Henríquez Mendoza, E. F. (2025). Conexiones radiales Perú – Ecuador: El caso de ‘El Súper Show’ y su influencia en el habla cotidiana de Tacamoros – Loja: Peru – Ecuador Radio Connections. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 6 (3), 1153 – 1171. <https://doi.org/10.56712/latam.v6i3.4014>

INTRODUCCIÓN

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

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

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

El problema que se aborda es la posible alteración de los valores culturales locales a través de la adopción de modismos y expresiones del español peruano, fenómeno que podría estar afectando a los habitantes, de manera particular a los jóvenes de la parroquia. Esta situación plantea interrogantes sobre el equilibrio entre la preservación de la identidad local y la influencia de los medios de comunicación de alcance transfronterizo. ¿Cuál es el vocabulario utilizado en el programa de entretenimiento “El Súper Show” de la radio La Karibeña 949 FM y en qué nivel influye en la comunicación diaria de los habitantes de la parroquia Tacamoros?

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

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

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

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

Los objetivos específicos que guiaron esta investigación incluyen: Catalogar el vocabulario característico del programa “El Súper Show”, examinar la percepción de los habitantes de Tacamoros sobre dicho vocabulario y determinar el nivel de influencia en su comunicación diaria. La hipótesis plantea que el uso constante de expresiones extranjeras en el programa tiene un impacto significativo

en el habla local de Tacamoros, modificando su léxico y generando una integración de términos externos en su comunicación cotidiana.

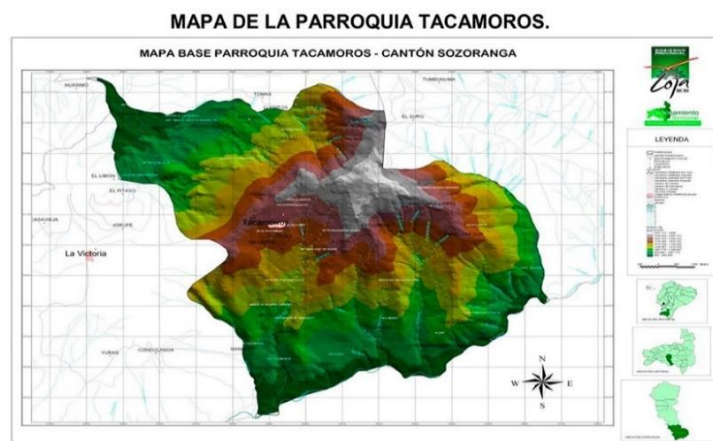
METODOLOGÍA

Área de estudio

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

Figura 1

Mapa de la Parroquia Tacamoros



Nota: Se ubica al Sur Oriente del cantón Sozoranga. A 11 km de la línea de frontera con el Perú. Rango altitudinal: 680 a 2600 m.s.n.m.

Fuente: Adaptada de Página Web del Gobierno Parroquial de Tacamoros, 2024.

Enfoque metodológico

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

Diseño de la investigación

El diseño que persigue esta investigación es no experimental, ya que no se alteran las variables del estudio. De este modo, considerando que se analizó el nexo entre el vocabulario emitido en el programa y su aplicación en la comunicación diaria de los habitantes sin afectar en la conducta de los pobladores ni participando en los procesos de producción. El presente trabajo se adhiere a la siguiente definición: la investigación de tipo no experimental o *ex-post-facto* es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones” (Kerlinger, 1979, p. 116).

Añadido a ello, basándose en Pérez- Idiart (2012), quien asegura que en los estudios transversales se “recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único y su propósito es describir variables y su incidencia e interrelación, pero siempre en un momento específico” (p. 55), y que en el proceso de este estudio se posibilita la conexión entre el vocabulario que se emite en el programa y su influencia en la comunicación del día a día de los habitantes de Tacamoros en un solo tiempo o instante, se puede afirmar que encaja en este tipo de investigación.

Por lo tanto, el diseño de la investigación es no experimental y transversal.

Tipo de investigación

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

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

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

Técnicas

Ficha de análisis de contenido

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

Para dar cumplimiento al primer objetivo específico, se realizó la ficha de análisis de contenido mediante una semana compuesta. La semana compuesta según Siles et al. (2018) establecen que “este método se implementa al seleccionar el lunes de la primera semana, el martes de la segunda, el miércoles de la tercera y así sucesivamente hasta completar una “semana compuesta” con información de siete semanas distintas” (p. 40).

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

Encuesta

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

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

Entrevistas semiestructuradas

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

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

Tabla 1

Lista de expertos

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

Nota: Identificación de expertos que contribuyen al debate teórico.

Población y muestra

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

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

Nivel de confianza: Este indicador representa la confianza que se desea tener en los resultados de una investigación. Se utiliza un nivel de confianza del 95% de probabilidad.

Margen de error: Este apartado indica la precisión que se desea tener en un estudio. Usualmente se utiliza un margen de error de un 5%.

Técnica de muestreo: La técnica de muestreo se estableció de tipo aleatorio simple, en dónde se accedió al público objetivo de manera presencial y en línea para que sea más efectivo

Cálculo de la muestra: Para la aplicación de la muestra se realizó el siguiente procedimiento. Con una valoración de la probabilidad de proporción de una población de $p=0.5$ y $q=0.5$ valores que recomiendan

varios autores, ya que eleva el tamaño muestral, nivel de confianza (Z) del 95% que según el coeficiente es 1.96, un margen de error (e) del 5%, y la técnica de muestreo aleatorio simple, podemos computar el tamaño de muestra que se necesita utilizando la ecuación para población finita (Castellanos, 2023).

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

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

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

$n = 332.80$ $n = 333$

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

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

DESARROLLO

Historia de la radio en Ecuador

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

Historia de la radio en Perú

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

Tabla 2

Evolución de la radio en Perú

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

Fuente: Adaptado del Día Mundial de la Radio: Conoce cuándo llegó al Perú y algunas curiosidades, Diario Perú 21, 2021.

Historia de la radio en Loja

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

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

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

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

Formatos radiales

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

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

Formatos dramatizados: Este tipo de formatos se basan en la representación de historias o situaciones con la finalidad de entretener a las audiencias. Estos son considerados como los más llamativos por su estructura, ya que es muy dinámica.

Formatos dialogados: Se basan en generar conversaciones entre dos o más personas que buscan aportar en diferentes ámbitos, ya sea, educativos, económicos, sociales y culturales. Dentro de este formato podemos encontrar: entrevistas, debates, mesas redondas o programas de llamadas.

Formatos informativos: En este espacio la radio permite informar a las personas sobre temas de relevancia en la sociedad, aquí podemos encontrar: noticieros, boletines informativos, entrevistas informativas y programas de análisis.

Formatos culturales: Se basa en la creación de contenido de interés cultural que tiene como finalidad difundir diferentes costumbres y tradiciones de una cultura, tales como: música, literatura, arte, historia y patrimonio.

Formatos musicales: Este tipo de formatos se centra en la música como protagonista principal. Puede incluir Top 40, estaciones temáticas, música local o regional y programas especializados.

Formatos deportivos: Se lo considera como uno de los espectáculos radiofónicos por excelencia y se centra en la cobertura de las diferentes categorías deportivas, y dentro de este formato se puede incluir: transmisiones en vivo, entrevistas a deportistas, análisis y debate deportivos.

Formato de anuncios: Según Kaplún (1999), el formato de anuncio debe ser corto y persuasivo para promocionar un evento, producto o servicio con la finalidad de llegar a tener una gran visibilidad sobre lo que se está lanzando.

Vocabulario adaptado a los medios de comunicación

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

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

Además, el lenguaje radiofónico se diferencia del resto de los medios de comunicación por el uso exclusivo del sonido, la creación de imágenes mentales en las audiencias y las relaciones emocionales. Toro (2011) lo define como:

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

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

Vocabulario cultura y sociedad

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

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

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

Preferencias de la audiencia en radio

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

Asimismo, Dominick (2007) indica que la audiencia precisa de una estación depende del formato del medio de comunicación y explica que cada uno de estos medios debe regirse hacia aspectos clave en la segmentación de audiencias, y que uno de estos aspectos es considerar la edad de los usuarios a los que se busca llegar con la diferente programación.

Radio La Karibeña 94.9 FM

Figura 2

Identidad de la radio: Logo de Radio La Karibeña



Fuente: Adaptado de página web de Radio La Karibeña, 2024.

Dentro del territorio peruano y cerca de la frontera con la república ecuatoriana se asienta Radio “La Karibeña”, la cual tiene como característica principal, una amplia cobertura en cuanto a la transmisión de contenidos, mismos que llegan a ser escuchados en varios sectores del país fronterizo: Ecuador.

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

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

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

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

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

Las parrillas de programación son un conjunto de programas que se encuentran organizados de una manera muy detallada con lo que el medio de comunicación ofrece a su audiencia, dentro de estas se encuentran los horarios, segmentos, nombres de programas, día, hora e incluso al público que está dirigido el programa (Martí, 2015).

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

Tabla 3

Programación de radio La Karibeña

Horario	Día	Nombre del programa
12:00 am-01:00am	Lunes – Sábado	Serenata Karibeña
01:00am-5:00am	Lunes – Sábado	Ricas Amanecidas
5:00am-6:00am	Lunes – Sábado	Sentimiento Karibeña
7:00am-10:00am	Lunes – Sábado	El Súper Show de la Karibeña
10:00am-12:00pm	Lunes – Viernes	Ke Rica mañana
12:00pm-13:00pm	Lunes – Viernes	Fiesta Karibeña
13:00pm-14:00pm	Lunes – Viernes	El Show del Cumpleañero
14:00pm-17:00pm	Lunes – Viernes	Habla kausa
17:00pm-18:00pm	Lunes – Viernes	La Hora de Publicherry

18:00pm-19:00pm	Lunes – Viernes	Karibeña en vivo
19:00pm-20:00pm	Lunes – Viernes	Los KaribePedi2
20:00pm-11:59pm	Lunes – Viernes	Noche en el Karibe
9:00am-10:00pm	Sábado – Domingo	La Ruleta Karibeña
10:00pm-11:00am	Sábado – Domingo	Los KaribePedi2
11:00am-12:00pm	Sábado – Domingo	La Hora Regalona
12:00pm-13:00pm	Sábado – Domingo	Fiesta Karibeña
13:00pm-14:00pm	Sábado	El Show del Cumpleañero
14:00pm-15:00pm	Sábado – Domingo	Los KaribePedi2
15:00pm-18:00pm	Sábado	Tardes en el Karibe
18:00pm-19:00pm	Sábado – Domingo	Karibeña en vivo
19:00pm-20:00pm	Sábado – Domingo	Los KaribePedi2
20:00pm-11:59pm	Sábado – Domingo	Fiesta Karieña
12:00am-6:00am	Domingo	Fiesta Karieña
6:00am-9:00am	Domingo	Domingo en el Karibe
13:00pm-14:00pm	Domingo	Tardes en el Karibe
14:00pm-15:00pm	Domingo	Los KaribePedi2
15:00pm-18:00pm	Domingo	Domingos en el Karibe

Fuente: Adaptado de Radio La Karibeña, 2024.

Programa “El Súper show” de Radio La Karibeña

El programa “El Súper Show de la Karibeña” es un programa de entretenimiento que se transmite por la radio peruana La Karibeña 94.9 FM, adicionalmente su emisión se expande en vivo mediante las diferentes plataformas de este medio de comunicación, en un horario de 7:00 a 10:00, de lunes a viernes. En este programa se encuentra dentro de los formatos de entretenimiento, ya que, principalmente se transmite géneros musicales propios de la cumbia peruana, también en el programa se hace entrevistas a grandes personajes que presentan a este género musical en el Perú; además se caracteriza por tener una programación llamativa y con interacciones entre los conductores del programa y la audiencia que los escucha.

RESULTADOS

Resultados de las encuestas

Se presentan los resultados obtenidos a partir de las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia Tacamoros. La muestra incluyó un total de 333 personas de 18 a 60 años, sobre el género un 41.4% es femenino, un 1.8% masculino y un 56.6% prefirió no decirlo.

Frecuencia de escucha y uso

Tabla 3

Resultados de la encuesta sobre la frecuencia del consumo e influencia del objeto de estudio

	Muy frecuente	Frecuentemente	Ocasionalmente	Raramente	Nunca
Frecuencia de escucha de La Radio Karibeña	8.70%	21.60%	30.90%	30%	8.70%
Frecuencia de escucha del	3%	6.60%	28.20%	48.30%	13.80%

programa El Súper Show					
Frecuencia del uso de palabras coloquiales que ocupa el programa	2.40%	1.20%	10.50%	34.20%	51.70%

Nota: Registro de palabras frecuentes de la radio que influyen en la población.

A partir de la muestra encuestada, aunque el 30% afirma que escucha a la emisora raramente y un 8.7% nunca, con el 8,7% que sí la sintoniza muy frecuente, el 21,6% frecuentemente, y un 30.9% ocasionalmente, se puede afirmar que un 61.2% sí escucha a La Radio Karibeña en distintos niveles, siendo un porcentaje mayor a la mitad de los encuestados.

Entrando en materia de la frecuencia de escucha del programa Súper Show, un 3% lo sintoniza muy frecuente, el 6,6% frecuentemente y el 28,2% ocasionalmente, lo que sumado arroja la cantidad del 37,8%. En comparación con el 48,3% de los encuestados que escuchan rara vez el programa y el 13,8% nunca lo sintonizan. Si bien, en los datos obtenidos reflejaría que la audiencia regular no es mayoritaria, sí es una gran porción de los encuestados a los que el programa podría tener una influencia en la comunicación diaria.

De este modo, sobre la utilización de las palabras del programa en su comunicación diaria, Apenas el 2,4% de los habitantes utilizan estas palabras (señito, palta, pitri mitri, kausa, chela, jatear, luca) con mucha frecuencia; solo el 1,2% las utiliza con frecuentemente; el 10,5% las utiliza en ocasiones y el 34,2% usan raramente obteniendo un resultado total del 48,3%. En cambio, el 51,7% nunca usa estas palabras en su comunicación diaria. Por lo tanto, la encuesta empleada refleja que los habitantes de Tacamoros tienen una influencia limitada del vocabulario utilizado en el programa.

Uso de las palabras del programa "El Súper Show"

Tabla 4

Porcentajes de personas que utilizan palabras del programa El Súper Show

Respuesta	Usa el término	No usa el término	Total
	%	%	%
Chela	64%	36%	100%
Pe	29%	71%	100%
Kausa	32%	68%	100%
Chamba	57%	43%	100%
Jatear	5%	95%	100%
Luca	44%	56%	100%
Pitri mitri	5%	95%	100%
Señito	79%	21%	100%
Palta	29%	71%	100%

Nota: Registro de palabras asumidas como propias en la población.

A pesar de la influencia limitada de la radio, también fue evidente la amplia comprensión y empleo de las palabras que hacen parte del programa en su vida cotidiana. De este modo, el 64 % de los encuestados utiliza la palabra chela y el 79% ñeño. Por otro lado, términos como chamba y luca presentan una adopción moderada con un 57% y 44% respectivamente, sugiriendo su relevancia en contextos laborales y financieros; en cambio pe, palta y kausa, tienen una menor adopción empleada entre el 29% y 32% de los encuestados, lo que podría indicar una influencia menos marcada. Asimismo, términos como jatear y pitri mitri tienen una baja acogida con 5%, lo que es limitado en la comunicación diaria de los habitantes.

Resultados de las entrevistas

Para diagnosticar la influencia de los medios extranjeros en la comunicación diaria de los habitantes de la parroquia Tacamoros, especialmente en el lenguaje utilizado en el programa se realizó una serie de entrevistas con tres expertos en el tema. A continuación, se presentan una síntesis de los hallazgos obtenidos de las conversaciones.

Tabla 5

Resultados de las entrevistas

Influencia del vocabulario extranjero	Impacto del lenguaje en programas radiales	Ventajas y desventajas de la adaptación lingüística	Ventajas y desventajas de la repercusión de programas extranjeros en zonas rurales	Alternativas para fortalecer la identidad cultural
Adopción de anglicismos	El vocabulario repetido influye en la percepción del entorno	Ventajas: Promueve la globalización y el aprendizaje intercultural	Ventajas: Comunicación intercultural	Eventos y festividades para promocionar la identidad
Nuevas tendencias en el lenguaje	Los extranjerismos afectan la identidad comunitaria			Políticas culturales para que los medios fomenten la identidad
Disolución de raíces locales	Mayor influencia en zonas rurales	Desventajas: Pérdida de expresiones propias de la comunidad y desvalorización de la identidad	Desventajas: Choque culturales y riesgo de la erosión del idioma local en los jóvenes	Creación de programas locales para la promoción de las costumbres y tradiciones
Normalización de extranjerismos en la comunicación diarias	Los oyentes incorporan a su vocabulario los términos que más escuchan			

Nota: Anotaciones importantes que contribuyen al aporte teórico.

Estos resultados engloban las distintas perspectivas de los expertos, siendo así que en la primera categoría: Influencia del vocabulario extranjero, estos opinan que la adopción de nuevas tendencias y anglicismos tiene una facilidad para integrarse dentro del lenguaje de una población, sin embargo, los efectos negativos son las afectaciones a la identidad cultural y al idioma propio.

Por otro lado, sobre el impacto del lenguaje en programas radiales, estos señalan que la repetición del vocabulario extranjero modifica el comportamiento y percepción de los oyentes. Y aunque dentro de

las ventajas de ello (que se abordan en la tercera categoría), se promueve el contacto intercultural, la desventaja más lógica es la pérdida de las expresiones tradicionales y la desvalorización de la identidad local.

Añadido a ello y considerando que este tipo de radios tienen un papel protagónico en zonas rurales, vive el riesgo de que esta exposición conduzca a la pérdida total del lenguaje de las comunidades, sobre todo, en los jóvenes quienes son más propensos a aceptar estos extranjerismos en su cotidianidad y dejar de lado sus raíces.

Por tanto, las alternativas de las que hablan los expertos, se destacan la promoción de eventos y programas culturales para reforzar costumbres y valores comunitarios.

Resultados de las fichas de observación

Tabla 6

Resultados de los modismos peruanos que utiliza el programa El Súper Show

Modismos peruanos	Relacionados con personas	Relacionados con el aspecto físico	Expresiones de la vida cotidiana	Adaptaciones culturales
Palabras	Zanahoria: Persona inocente.	Pata: Pie o pierna de animales; también referencia a un amigo	Jatear: Dormir.	Guachimán: Guardián o vigilante (del inglés "watchman").
	Flaca: Novia.	Calato: Desnudo.	Chamba: Trabajo	Bacán: Algo genial
	Conchudo: Persona con descaro	Choro: Persona que roba.	Sapo: Persona entrometida	Canchitas: Palomitas de maíz o espacios deportivos.
	Kausa: Amigo o compañero cercano.	Palta: Aguacate, pero también se usa para referirse a algo embarazoso.	Pollo: Persona que se emborracha fácilmente.	Luca: Moneda o dinero, equivalente a mil pesos
Chancha: Recolectar dinero para un propósito común.			Coca cola: Referencia a personas conocidas o destacadas.	
Frases	Eres un lechero: Persona con suerte.	Qué buenas yucas: Comentario sobre las piernas de alguien (coloquial).	Qué lenteja: Ser lento	Que piña: Mala suerte o infortunio.
			Claro pe: "Claro pues".	
	Acasito nomás: Indica cercanía.			
	Que papaya: fácil			
	Te falta calle: Persona sin experiencia o ingenua.		Dar bola: Prestar atención o hacer caso.	
	Al toque: Algo rápido o inmediato.	Pitri mitri: Expresión		

			Apenas cuatro pela gatos: Expresión para referirse a poca gente presente.	humorística o sin un significado concreto (usada para suavizar situaciones o como broma).
	Eres muy cañón: Persona destacada o impresionante.		Tienes sencillo: Preguntar si alguien tiene cambio (dinero).	
			Cierra el pico: Mandar a alguien a callar de forma brusca.	
			Era una chacota nomás: Algo dicho o hecho como broma.	

Nota: Registro de palabras que se han mimetizado en el diálogo cotidiano de la población.

En la tabla 8 se muestran las palabras y frases de origen peruano que predominan en el programa "El Súper Show", los cuales se dividieron en las categorías de las relaciones con las personas, el aspecto físico, vida cotidiana y cultura.

La utilización de este lenguaje es informal permite una conexión con los el público al demostrarse más fresco y novedoso. Sobre todo, en las audiencias jóvenes, para quienes es más atractivo estos contenidos y quienes suelen adoptar estas expresiones con mayor facilidad.

DISCUSIÓN

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

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

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

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

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

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

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

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

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

CONCLUSIÓN


El programa "El Súper Show" de Radio La Karibeña ha facilitado la adopción de palabras y frases características del lenguaje peruano entre los pobladores de Tacamoros. Este estudio confirma que términos como "chela", "chamba" y "señito" han sido integrados en el vocabulario local con notable facilidad, reflejando una tendencia de asimilación cultural impulsada por la exposición mediática. Esto

demuestra el poder de los medios radiales para influir en el lenguaje cotidiano en una comunidad fronteriza. Además, se reveló que el 37,8% de los habitantes de Tacamoros escuchan regularmente el programa “El Súper Show” de Radio La Karibeña, lo que implica un impacto considerable en la comunicación diaria. Aunque más de la mitad de los residentes no utilizan las expresiones transmitidas en el programa, un 48,3% ha incorporado algunas de estas palabras en su forma de expresarse. Esto indica que, aunque la adopción de vocabulario es parcial, podría intensificarse debido a la gran aceptación y alcance que tiene este medio radial en la parroquia.

Asimismo, el vocabulario extranjero difundido en programas radiales como “El Súper Show” no solo moldea la percepción de la realidad de los oyentes, sino que también promueve una identidad más globalizada. Sin embargo, esta influencia tiende a desvalorizar la identidad cultural de una comunidad, generando una tensión entre la identidad comunitaria y las influencias extranjeras. Los resultados muestran que la adopción de vocabulario extranjero puede tener consecuencias negativas, particularmente en la juventud. La erosión de la lengua y de la identidad propia en Tacamoros subraya la importancia de implementar iniciativas que promuevan y preserven la cultura local, para garantizar que las nuevas generaciones mantengan un sentido de identidad cultural en un contexto de globalización mediática en aumento.

REFERENCIAS

- Abreu, J. (2014). El método de la investigación. *Revista Internacional de Buena Conciencia*, 9(3), 195-204.
- Andrade, M. (2021). Medios de Comunicación y Sociedad. Universidad Nacional de Loja. <https://unl.edu.ec/sites/default/files/archivo/2021-02/Medios%20de%20Comunicacio%CC%81n%20y%20Sociedad1.pdf>
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la investigación científica* (6ª ed.). Editorial Episteme.
- Barnhart, B. (2021). Segmentación de audiencias: Definición, tipos y estrategias. Audiense.
- Bustamante, E. (2005). Los primeros 20 años de la radio en Perú. *Contratexto*, (13), 206-220.
- Casares, J. (2010). La influencia del lenguaje en los medios. *Revista de Comunicación*.
- Coseriu, E. (1981). *La relación entre lenguaje y cultura*.
- Domenech, E. (2020). El lenguaje de los medios de comunicación: La expresión de la subjetividad. Recursos Educativos Digitales.
- Dominick, J. R. (2007). *La dinámica de la comunicación masiva: Los medios en la era digital* (8ª ed.). The McGraw-Hill Companies.
- Fernández, J. (2004). *Los Lenguajes de la Radio*. Ediciones Tercer Milenio.
- Gómez, S. (2012). *Metodología de la investigación*. Ediciones Tercer Milenio.
- Kaplún, M. (1999). *Producción de Programas de Radio* (5ª ed.). Editorial Quipus.
- Kerlinger, F. (1979). *Investigación del comportamiento* (4ª ed.). Nueva Editorial Interamericana.
- Llacuna, J. y López, E. (2005). La persuasión como técnica comunicativa en prevención de riesgos laborales. *Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo*, 1(1), 1-4.
- Logopedia. (2024). Radio La Karibeña. Página Web de Radio La Karibeña. <https://lakaribena.com.pe/>
- Mata, L. D. (2020). Entrevistas semiestructuradas en investigación cualitativa. *Investigalia*.
- Media Ownership Monitor. (2016). Radio La Karibeña. <https://peru.mom-gmr.org/es/medios/detalles/outlet/radio-la-karibena/>
- Pérez-Idiart, H. (2012). *Metodología de la investigación*. Ediciones Tercer Milenio.
- Ruiz, G. (1990). *La Radio en el área andina: Tendencias e Información*. Editorial Quipus.
- Salazar, R. (2024). *La radio y su influencia en la juventud rural*. Ediciones Universitarias.
- Siles, I., Campos, P. y Segura, A. (2018). Sitios costarricenses de noticias en Facebook: ¿Qué likean, comentan y comparten sus usuarios? *Revista de Ciencias Sociales*, 11(160), 37-55.
- Toro, D. (2011). Análisis de contenido y lenguaje radial. *Revista Universitaria*.

Todo el contenido de **LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades**, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons .