

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO



**ANÁLISIS DE RECEPCIÓN DEL PROGRAMA “DIÁLOGO SONSONATECO”
EN LOS JÓVENES DE 18 A 30 AÑOS DEL CASCO URBANO DEL
MUNICIPIO DE SONSONATE.**

PRESENTADO POR:

DOMÍNGUEZ VARELA, RENÉ ALBERTO

ISHO TORRES, MARVIN NEHEMÍAS

CARNÉ:

DV07001

IT07001

DR. JOSÉ ROBERTO PÉREZ

DOCENTE DIRECTOR

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADO EN PERIODISMO

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, EL SALVADOR. JUNIO 2017.

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS

RECTOR

DR. MANUEL DE JESÚS JOYA

VICERECTOR ACADÉMICO

ING. NELSON BERNABÉ GRANADOS

VICERECTOR ADMINISTRATIVO INTERINO

DRA. ANA LETICIA ZAVALA DE AMAYA

SECRETARIA GENERAL INTERINA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

MSC. JOSÉ VICENTE CUCHILLAS MELARA

DECANO

MSC. EDGAR NICOLÁS AYALA

VICEDECANO

MSC. HÉCTOR DANIEL CARBALLO DÍAZ

SECRETARIO DE LA FACULTAD

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

LICDA. ARELY FRANCO RAMOS

JEFA DEL DEPARTAMENTO

MSC. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

DR. JOSÉ ROBERTO PÉREZ

DOCENTE DIRECTOR

INDICE

Contenido	Página
Introducción	6
 CAPÍTULO I: DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	
1.1- Planteamiento del objeto de estudio	8
1.2- Justificación	12
1.3- Objetivo	14
1.3.1- Objetivo General	14
1.3.2- Objetivos Específicos	14
 CAPÍTULO II: CONSIDERACIONES TEÓRICO-CONCEPTUALES	
2.1-Antecedentes del Objeto de Estudio	15
2.2 - Marco Teórico	18
2.2.1- Perspectiva Teórica	18
2.3- Sistema de Conceptos	20
2.3.1- Estudio de Recepción	20
2.3.2- Usos y Gratificaciones	21
2.3.3- Diálogo Sonsonateco	22
2.3.4- Preferencia	22
2.3.5- Contexto	22
2.3.6- Utilidad	23
2.4- Categorías de Análisis	24
2.4.1- Consumo	24
2.4.2- Usos	25
2.4.3- Gratificación	26

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3- Metodología	28
3.1-Definición de la muestra o corpus de análisis	28
3.2-Justificación de la muestra	29
3.3-Determinación y descripción de las técnicas de investigación.	29
3.3.1- Encuesta	29
3.3.2-Focus Group	30
3.4- Procedimiento del trabajo de investigación	32
3.4.1- Fundamentación teórica	32
3.4.2- Trabajo de campo	32
3.4.3- Análisis e interpretación	32
3.4.4- Conclusiones y recomendaciones	32
3.4.5- Presentación del informe final	32
3.5-Etapas de Investigación	33
3.5.1-Encuesta	33
3.5.2- Grupo Focal	33

CAPÍTULO IV: EXPOSICIÓN DE RESULTADOS

4- Exposición de Resultados	34
4.1- Resultado de Encuesta	34
4. 2- Resultado del Focus Group	50

CAPÍTULO V: ANÁLISIS DE RESULTADOS

5- Análisis	73
5.1- Análisis de Encuesta	73
5.2 - Análisis del Grupo Focal	78

CONCLUSIONES	85
RECOMENDACIONES	89
FUENTES CONSULTADAS	92
ANEXOS	95

INTRODUCCIÓN

En El Salvador existe una creciente necesidad por llevar a cabo investigaciones de recepción de medios, puesto que ellas permiten llegar a una aproximación más fiable de la realidad social de un determinado grupo de personas, que a su vez forman parte de una sociedad con características bien definidas e integradas con los medios masivos.

En este sentido, la presente investigación de recepción trata de profundizar un análisis crítico de las audiencias al interior de El Salvador, como las del Municipio de Sonsonate y en este trabajo se consideró como base el consumo de medios locales.

Para este caso el programa radial *Dialogo Sonsonateco* se tomó como punto de partida para hacer un estudio de recepción, el cual está enfocado en los usos y gratificaciones de los jóvenes. cuyas edades varían entre los 18 a 30 años y viven en el casco urbano de Sonsonate, específicamente en las colonias: Barrió El Centro, Colonia 14 de Diciembre y Colonia Santa Marta.

Para lograr tales fines, presentamos a continuación los componentes de este estudio:

Capítulo I: En este primer apartado se presenta la definición del objeto de estudio, así como también el planteamiento del problema investigado y analizado. Seguidamente se explica la justificación del porqué de esta investigación, y su importancia académica e institucional. Finalizando este primer capítulo encontramos los objetivos tanto general como los específicos que representan el propósito de la investigación.

Capítulo II: Hace referencia a las consideraciones teórico-conceptuales que incluyen los antecedentes del objeto de estudio tanto a nivel nacional e internacional, también se define la perspectiva o enfoque teórico que conlleva aspectos teóricos que se tomaron en cuenta para esta investigación, su paradigma teórico, un sistema de conceptos para una mejor comprensión de los términos utilizados y la explicación de las categorías de análisis.

Capítulo III: Sustenta una parte fundamental de la investigación es decir la metodología. Aquí se incluye y establece el carácter del trabajo, la definición de la muestra o corpus del análisis, su respectiva justificación del porqué de la muestra, además se determinan las técnicas de investigación llevadas a cabo, se explica el procedimiento investigativo y las etapas de ésta. Gracias a estos elementos se puede

ofrecer una mayor comprensión de cómo se determina la investigación y como se realiza en el espacio y tiempo establecidos.

Capítulo IV: Este apartado tiene que ver con la Exposición de los resultados por lo que se presenta un vaciado de información, obtenida mediante encuesta aplicada a los jóvenes y a posteriori los seleccionables al grupo focal que conformaron esta investigación.

Capítulo V: Corresponde al análisis de los resultados, las conclusiones y las recomendaciones del estudio.

CAPÍTULO I

1.1 Planteamiento del objeto de estudio

Los análisis de consumo son aquellas investigaciones que tienen como objeto de estudio a las audiencias activas. En El Salvador estos estudios han sido escasamente tomados en cuenta por las universidades de la capital y las de los departamentos, y aunque se han realizado algunos esfuerzos, en los municipios del interior del país todavía pueden estimarse como campos vírgenes para este tipo de investigaciones.

Los estudios de recepción permiten indagar lo que las personas perciben de los medios y como traducen esa información. Por tal razón la importancia de los medios de comunicación es vital para la población, y para este caso en los jóvenes, quienes tienden a consumir más contenido de entretenimiento que informativo. Así lo afirma José Solano: “Los jóvenes no se interesan mucho por las informaciones y las emisiones políticas”¹

En el caso concreto de este estudio, se indagó si existían investigaciones cualitativas sobre el contraste entre medios de comunicación y estudios de recepción en jóvenes, pero no se encontró ningún dato. Lo que sí se encontró fueron algunas investigaciones cuantitativas, que abonan al conocimiento, aunque no describen al receptor como tal.

Para el caso de la radio, la mayoría de jóvenes la usan para escuchar música y no para informarse de la realidad social y política. Mario Alexander Figueroa (2014) sostiene: “(los jóvenes) no suelen informarse por medio de la radio, puesto que prefieren más entretenimiento y no darse cuenta del acontecer diario de la sociedad”² que son primordiales para su propio desarrollo cultural.

¹ SOLANO Sosa, José Alejandro. (1999) “El impacto de los medios de comunicación colectiva en los valores, actitudes y el comportamiento de la adolescencia en Costa Rica”. Programa Atención Integral de la Adolescencia, http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-41851999000100003
Consultado 28-07-17

² FIGUEROA, Mario Alexander. (2014): “Precepción de Estudiantes de licenciatura en Comunicaciones de la UNAB, sobre la incidencia del periodismo radiofónico en Sonsonate.” UNAB Pág. 59,

Los jóvenes que viven en el municipio de Sonsonate poseen características bien definidas, ya que desde el modelo de su producción y economía (agrícola, ganadera y avícola) es diferente en comparación con el desarrollo industrial y comercial de la capital.³

Es decir, los jóvenes analizados tienen un grado de desventaja en comparación con el capitalino. El parámetro de pobreza de un sonsonateco es 45.6% frente a un 28.0% de un ciudadano capitalino, es decir que las condiciones económicas de donde se desarrolla un sonsonateco son menos favorables para su desarrollo mental y social.⁴

El parámetro de la educación es otro dato que ayuda a descubrir la diferencia de vida de un individuo en el interior del país. Y en este caso se compara el índice de escolaridad de un capitalino, que es de 7.6% frente al de un sonsonateco que oscila alrededor de 5.2% de escolaridad promedio⁵

Teniendo en cuenta la importancia de los medios de comunicación para los jóvenes y analizando los antecedentes de estudios realizados por la Universidad Andrés Bello, que demuestran que los jóvenes en su mayoría escuchan la radio para entretenerse y no para informarse. Para efectos de esta investigación se busca profundizar sobre este tema en los programas de radio locales de opinión, como “Diálogo Sonsonateco” transmitido en Radio Sky 95.3 fm de lunes a viernes en el horario de 1 pm a 2 pm.

Con esto, se dará pie a que otros esfuerzos de investigación puedan llegar a aproximarse al comportamiento de la recepción de los jóvenes en Sonsonate; de manera que se logre identificar la razón por la cual un joven decide informarse por un medio local o uno de cobertura nacional.

Se debe considerar que la mayoría de trabajos de investigación de este tipo que se han realizado hasta la fecha, han sido encaminados a indagar sobre el consumo de radio y televisión de cobertura nacional, dejando sin analizar a los jóvenes que consumen los medios locales, que también puede tener aportes significativos, gracias a su proximidad con ellos.

³ CEA, Wilfredo, Edición 2015. “Sonsonate, su Historia y tradiciones.” El Salvador, Pág. 147

⁴ Informe sobre Desarrollo Humano El Salvador. (2010). El Salvador. Pág. 390.

⁵ Ídem, Pagina 377

Cabe puntualizar que cada región debe ser tratada con diferentes procesos y por lo consiguiente los resultados pueden ser distintos, ya que los instrumentos de la investigación deben ser preparados teniendo en cuenta aspectos precisos del objeto a estudiar.

Por otro lado, el rango de edad de los jóvenes también es importante, ya que las experiencias personales que éstos viven en la comunidad los hace que piensen, interpreten y tengan parámetros distintos en comparación a una persona adulta o un niño. Ciertamente son una parte del auditorio pleno de los medios masivos de comunicación, es un grupo complejo e interesante, quienes lejos de ser públicos pasivos tienen preferencias, gustos e intereses específicos. En ellos se definen patrones de conducta, esquemas de pensamientos, en fin, la mayoría de aspectos que determinan la personalidad.⁶

A los jóvenes no les importa cuál es el trabajo que hacen los medios, o cómo estos deberían realizarlo, es decir, no son cuestionamientos que ellos mismos se hacen, simplemente los consumen a partir de sus preferencias.

El objeto de análisis de esta investigación, delimitado para el caso en los jóvenes de este municipio, arroja que por vivir en una ciudad alejada de San Salvador, ellos poseen características diferentes como consecuencia del mismo lugar donde viven. Esta situación les sitúa en cierta desventaja dentro de la sociedad, ya que tienen un espectro limitado en cuanto a cantidad de medios de comunicación, mismo contexto que no cuenta con la misma cantidad de frecuencias radiales como la capitalina, por tal razón, las opciones que se les presentan son menos. Un somero contraste cuantitativo entre Sonsonate y San Salvador, determina que el departamento occidental cuenta con 16 emisoras de radio locales frente a las 50 que transmiten en la ciudad capital⁷.

De esas 16 emisoras de que operan en el departamento de Sonsonate, 10 son privado-comerciales, 5 privado-religioso y 2 comunitarias. Es decir, que en dicho departamento imperan las radios de carácter comercial.⁸

⁶Asociación Oaxaqueña de psicología (2008), "La Adolescencia y la Juventud como etapas del desarrollo de la personalidad." Pág. 69-76 Vol 4. N° 1

⁷ PEREZ, Roberto. (2013). "ESTRUCTURA DE LA RADIODIFUSIÓN SALVADOREÑA". Revista Universidad. Pag.117

⁸ Ibíd, Pag.24

En dos de esas radios comerciales y una de carácter comunitario, ofertan dentro de su programación espacios de opinión. Radios como La Picuda transmite su espacio de opinión titulado “La Entrevista” con el conductor, Hansel Gudiel, en el horario de 1 a 2 de la tarde. De la misma manera la radio comunitaria Sensunat, cuenta con un espacio de opinión denominado “Dialogando se construye”, también en el horario de 1 a 2 pm, con el conductor Jesús Orellana.

Teniendo en cuenta todos estos aspectos se ha considerado además a Diálogo Sonsonateco, el cual se elige como un buen parámetro de elección popular. Dicho programa, es un espacio de entrevista conducido por el periodista Moisés Ortiz, quien aborda temas acerca de política, salud, medio ambiente entre otros, y que goza de interés departamental. Este programa que desde junio del 2004 transmite de lunes a viernes, en horario de 1 pm a 2 pm; por Radio Sky en la frecuencia 95.3 FM hasta el momento del estudio, la cual pertenece a René Alfonso Rodríguez, y que es de carácter privada, y que no cuenta con afiliación ni asociación con otras radios.⁹ Radio Sky es considerada una de las 9 radios que más se identifica con los sonsonatecos.¹⁰

Igualmente, la investigación busca conocer los usos y gratificaciones que los jóvenes, mediante el consumo de los contenidos emitidos por Diálogo Sonsonateco, asimismo descubrir si los jóvenes le confieren credibilidad al programa. Esto permitirá plantearse otras preguntas como ¿Qué uso le dan los jóvenes del casco urbano a la información emanada de Diálogo Sonsonateco? ¿Qué gratificación obtienen de Diálogo Sonsonateco? y ¿cómo se asimila la información de este programa?

⁹ CASTILLO, Víctor (2011). “Censo de Radios a Nivel Nacional”. Trabajo de cátedra de Presentación de Radio y Televisión.
<https://es.scribd.com/document/337557601/Censo-de-Radios-a-Nivel-Nacional-Para-El-Departamento-de-Sonsonate> Consultado 28-07-2017

¹⁰ CEA, Op. Cit. Pág 145

1.2 Justificación

Los estudios de recepción en los países latinoamericanos están en constante evolución. Para el caso de El Salvador, hay un interés de las universidades capitalinas por incursionar con más fuerzas en estos estudios de recepción, puesto que a través de ellas se conoce el comportamiento de la sociedad. Es por eso que en esta investigación se quiere ir aún más allá, y estudiar la realidad de los jóvenes, porque su entorno es cambiante, se adaptan con facilidad a las nuevas ofertas de informaciones que le presentan todos los medios masivos.

En tal sentido, la investigación pretende llenar un vacío de información vinculados con los procesos de recepción en los jóvenes del departamento de Sonsonate, con el propósito de estudiar el consumo de la información periodística en los jóvenes que escuchan radio, particularmente, “Diálogo Sonsonateco”. El estudio de recepción cobra importancia para el ámbito académico, puesto que no se registran investigaciones sobre recepción en dicho departamento.

Actualmente los estudios de recepción en El Salvador se han concentrado en su mayoría en la zona metropolitana. Las universidades son las que más han trabajado acerca del tema y escasamente los medios de comunicación y en menor medida en las zonas del interior del país.

Aunado a ello, las universidades privadas del departamento de Sonsonate muestran que no tienen interés en aumentar el bagaje de información que emana de la sociedad; las razones de ello pueden ser variadas: desde que no cuentan con el presupuesto adecuado para realizarlo, o que simplemente no hay voluntad por parte de esas instituciones educativas para hacerlos, lo cual se ve reflejado en su inventario ya que entre sus tesis, libros, revistas, materiales audiovisuales u otro tipo de investigaciones, no se encuentran este tipo de investigaciones de análisis de recepción.

En tal sentido el presente estudio se constituye en el primero en su tipo, que se desarrolla en Sonsonate. Al mismo tiempo, conlleva una necesidad para la academia de hacer aproximaciones al estudio de la realidad de la comunicación en el departamento, en este caso, de la recepción en su dimensión cualitativa. Por otro lado, existen pocos análisis de la

recepción desde lo cuantitativo y no revelan porqué los públicos consumen mensajes específicos, además de no sacarle el mayor provecho a lo cualitativo.

Por otra parte, los jóvenes tienen distintas inquietudes en comparación con los adultos, por eso es necesario estudiarlos, ya que se presume tienen una infinidad de variantes. Por lo cual cabe considerar que estos mismos en el interior del país probablemente tengan distintas formas de ver e interpretar la realidad, pues sus condiciones de vida seguramente son distintas.

Considerando lo anterior, resulta importante conocer qué motiva a los jóvenes sonsonatecos a consumir la información a través del programa radial “Dialogo Sonsonateco”, y de ahí la razón de esta investigación. Además de tomar en cuenta que se necesita indagar cuáles son los usos y gratificaciones que los jóvenes tienen a partir de la información que ellos receptionan del medio de comunicación local.

A partir ello, se pretende aportar nuevos conocimientos para futuras investigaciones con el fin de que los estudiantes y docentes de la Universidad de El Salvador y las universidades privadas del departamento, puedan incrementar su acervo de información, así como a todo instituto público y privado que esté interesado en este campo, y precisamente la recepción por parte de los jóvenes.

Esto da pie a nuevas investigaciones, sobre el comportamiento de los jóvenes en otro período de tiempo, y además de una forma indirecta esta investigación servirá para que los medios comunitarios, estatales y privados, puedan conocer mejor a sus públicos.

1.3 Objetivo

1.3.1 Objetivo General

- Estudiar la recepción que tienen los jóvenes de 18 a 30 años en el casco urbano del municipio de Sonsonate que escuchan “Diálogo Sonsonateco”, para conocer los usos y gratificaciones que reciben de este programa radial.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar las gratificaciones que le adjudican los jóvenes al programa radial Diálogo Sonsonateco
- Indagar los usos que le otorgan los jóvenes a la oferta informativa de Diálogo Sonsonateco

CAPÍTULO II

2.1 Antecedentes del Objeto de Estudio

Los estudios de recepción, que aborden directamente la recepción de información periodística por parte de los jóvenes en el interior del país, por ejemplo en el departamento de Sonsonate, son escasos, ya que el bagaje de información es muy poco o inexistente en las universidades del departamento. Las razones varían desde que no se le ha puesto atención a su estudio, hasta casos en los que los académicos no están interesados en ahondar en esto, pero se pueden tomar en cuenta los estudios latinoamericanos que surgen en los años 80's, en función de las condiciones institucionales del campo de la investigación, así como de la situación política vigente.

Según los teóricos Lozano y Frankenberg (2009), antes de los años 90's los estudiosos de la Mass Media se concentraban principalmente en el "Análisis crítico de los medios como instituciones, otorgándole muy poca atención a las audiencias".¹¹

La mayoría de esfuerzos que se han hecho en el análisis de las audiencias, han sido utilizados con fines comerciales, es decir para conocer los gustos y exigencias de los públicos para atraparlos y seducirlos en el consumo. También ha habido trabajos sobre la opinión pública, para conocer sus intenciones de voto.

Esto quiere decir que buena parte de los trabajos en torno a las audiencias han sido encaminados a conocer gustos y preferencia de los públicos, para obtener algún tipo de beneficio de ellos, pero nunca para saber cuáles son sus necesidades comunicativas, ni reflejar algún interés social por parte del medio, tampoco para brindarles mejor calidad como medio de comunicación.

En los trabajos de tesis de años anteriores a esta investigación realizados en la universidad de El Salvador, se ha detectado que se centran principalmente en la televisión, existen estudios de recepción como: Díaz, W, quien en 1997 desarrolló "La recepción de telenoticiarios de El Salvador, en el área Metropolitana de San Salvador", la cual su

¹¹LOZANO y Frankenberg (2009). "Lagunas e Insuficiencia en la Investigación Crítica Latinoamericana en el campo de la Comunicación de Masas" Pág. 83.

principal aportación fue dar a conocer los noticieros más vistos por la población en los horarios de día y noche.¹²

Además, hay estudios de sectores como el femenino, como el de Araujo y Fredman Adonay, quiénes en 1997 investigaron sobre los gustos y preferencia de emisoras así como la programación y su contenido.¹³

En algunos estudios más recientes, la encuesta nacional de juventud realizada por el Instituto de Opinión Pública (IUDOP) en el 2009, señala que el 57% de los jóvenes se informan de los acontecimientos del país a través de la noticia televisada, además el trabajo del IUDOP, demuestra que un 39.5% de los jóvenes expresó tener algo o mucha confianza en los medios de comunicación.¹⁴

Otro estudio titulado: “Influencia de los medios de comunicación en la promoción de una cultura respetuosa de los derechos humanos en la ciudad de Sonsonate”, indagó la influencia de los medios de comunicación en la promoción de los Derechos Humanos en la ciudad de Sonsonate, encontró que los jóvenes de bachillerato escuchan con más frecuencia a Radio Coco FM, casi un 27 % de esa muestra total, tal radio posee programas radiales de entretenimiento.¹⁵

Este estudio también descubrió que las dos radios más escuchadas por los jóvenes tienen sede en el departamento de Sonsonate, ósea son medios locales: la primera, Radio Coco y la segunda, Radio Sky, en la cual se transmite “Dialogo Sonsonateco.”¹⁶

Otro dato es que los jóvenes en su mayoría prefiere programas musicales: un 47% dice usar la radio para satisfacer la necesidad de entretenimiento, frente a 16% que manifestó preferir la radió por los programas de reflexión, análisis y comentarios.¹⁷

¹² DIAZ, W. (1997). “La recepción de telenoticieros de El Salvador, en el área Metropolitana de San Salvador.” Tesis.

¹³ CASTANEDA Araujo y Fredman Adonay (1997). “Recepción de Radio en el sector Femenino.” Tesis de Licenciatura en Periodismo, Universidad de El Salvador.

¹⁴ Instituto de Opinión Pública (IUDOP): “Encuesta Nacional de Juventud 2009.” Encuesta, Pág. 13.

¹⁵ NAVAS, José. 2007. “Influencia de los medios de comunicación en la promoción de una cultura respetuosa de los derechos humanos en la ciudad de Sonsonate.” Universidad doctor Andrés Bello. Tesis Pag: 27.

¹⁶ *Ibíd.* Pág. 29.

¹⁷ *Ibíd.* Pág. 52.

Por otro lado, en un trabajo de tesis titulado: “Percepción de Estudiantes de la Licenciatura de comunicaciones de la Universidad Andrés Bello (UNAB), sobre la incidencia del periodismo radiofónico en el municipio de Sonsonate” indagó que de los jóvenes sonsonatecos estudiantes de comunicaciones, un 31% desconoce el periodismo radiofónico, y que del total de encuestados, un 52% no sabe si los medios radiales locales tienen espacios informativos, pero un 91% considera que es importante que hayan espacios informativos. En cuanto a los jóvenes universitarios no varía entre los que escuchan o no en la radio, ya que 45% usa la radio para entretenerse y un 32% para informarse.¹⁸

Según este trabajo, los jóvenes estudiantes de comunicación de dicha universidad, en su mayoría escucha las radios para entretenerse, ya que éste es el uso principal que le dan.¹⁹

¹⁸ FIGUEROA, Op. Cit Pág. 40-43.

¹⁹ Ibid. Pág. 56.

2.2 Marco Teórico

2.2.1 Perspectiva Teórica

Según los objetivos planteados, los estudios de uso y gratificaciones en las audiencias se han convertido en una de las prioridades de investigación de la comunicación de masas en los últimos años, teniendo hoy en día una evolución significativa, ya que anteriormente se orientaba a establecer los efectos de los mensajes en el receptor, pero se desconocía la interpretación que el receptor le otorgaba al mensaje, según su entorno social.

El receptor es un sujeto con diversos pensamientos y posturas. Gurevitch y Haas (1973) plantean que la Teoría de Usos y Gratificaciones es “un esfuerzo por entender los efectos” generados por la exposición a los medios de comunicación, tanto si se considera a éstos agentes de diversión y entretenimiento como si son vistos como agentes de información e influencia.²⁰

Después que surgieran trabajos del paradigma crítico, con diversas teorías que la audiencia no es sólo una masa pasiva que recibe mensajes, sino que existen procesos en los cuales la audiencia construye significados a partir de lo que recibe de los medios.

En el marco de las teorías críticas de la comunicación, que surgieron a mediados de los años 60's, la Teoría de Usos y Gratificaciones, que parte de la premisa de que las audiencias al exponerse a los medios de comunicación determinan y seleccionan los mensajes para satisfacer necesidades.²¹

En tal sentido, esta investigación propuso hacer un estudio sobre el receptor como ente del proceso de comunicación, tan activo como los mismos productores del mensaje, por ello cada individuo de la audiencia hace en alguna medida una selección consciente y motivada entre los distintos artículos de contenido.²²

²⁰ Katz, Gurevitch y Haas. (1973) "On the Use of the Mass Media for Important Things." Pag. 32.

²¹ Ibid. Pag: 7.

²² HERRERO , Carmen,(2005) “MUJER Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN: RIESGOS PARA LA SALUD”. Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla. Pág. 16.

El receptor tiene la capacidad de elegir el producto que va a consumir, como por ejemplo cuando el ama de casa enciende su radio receptor para escuchar algún programa, pero si la programación no satisface su necesidad, simplemente lo cambia de estación o lo apaga.

Esas son las interpretaciones individuales que hacen al receptor buscar aquellos medios de comunicación que satisfagan sus necesidades y todo eso a partir de algunas condicionantes.

Cabe decir que los jóvenes sonsonatecos no son la excepción, puesto que los diferentes contextos sociales y familiares, sexo, diferentes edades y relaciones personales brindan una variedad de posibilidades de formas de pensar e interpretar la realidad en relación con los medios de comunicación.

A pesar de ser muy distintos al público adulto, los jóvenes ya tienen suficientes vivencias y criterios para manifestar sus gustos y preferencias, asimismo la manera en que interpretarán lo que consumen. La audiencia está consciente de sus necesidades y puede informar sobre ellas cuando se les pregunta. Los miembros de la audiencia también están conscientes de sus razones para usar los medios de comunicación masiva.²³

Otro autor refuerza esa idea, planteando que “la investigación cualitativa reciente indica que las audiencias tienen la capacidad de asignar su propio sentido a los medios de comunicación y además, que en el proceso de recepción satisface una gama de intereses y placeres legítimos de la audiencia.”²⁴

Y en esa gama de intereses donde la Teoría de Usos y Gratificaciones expone que la gente acomoda la información de los medios a sus necesidades y no el medio a los receptores. Bajo esta premisa, se parte de que los jóvenes sonsonatecos le dan una interpretación personal a las informaciones que escuchan y esa interpretación obedece a su contexto social en que viven.

²³ Katz, Blunler y Gurevitch. (1974). Than. (1981).

²⁴ JENSEN, Klaus Bruhn; Jankowski, Nicholas. (1993). “Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas”. Bosch Casa Editorial, Barcelona, España. Pág. 97.

2.3 Sistema de Conceptos

En los últimos 20 años se ha tornado más necesario los estudios de recepción de la audiencia en Latinoamérica. Por esa razón este trabajo ha sido encaminado a conocer un poco más sobre la diversidad de la audiencia, y en este caso las peculiaridades de la audiencia de los jóvenes sonsonatecos.

La investigación está basada en un análisis de recepción de un programa de radio de cobertura local, en el casco urbano de la cabecera departamental de Sonsonate. Este espacio a estudiar, es un programa radial político que consta de una plática amena con el invitado, el cual aborda temas de interés local, los cuales pueden ser políticos, sociales y culturales. Por tal razón es importante poder tener claro algunos conceptos como:

2.3.1 Estudio de Recepción: Estos estudios nacen a partir de los años ochenta. Esta corriente estudia los procesos a través de los cuales la audiencia construye significado a partir de la exposición a los medios. Justamente, uno de los puntos centrales de los estudios de recepción es el carácter activo que se otorga a la audiencia; la capacidad de actuación que se le reconoce en su relación con los medios. Este punto, además, se presenta como novedoso en la investigación.²⁵

Hablar de recepción, el interior del país, no solamente es novedoso, sino hasta extraño, de hecho, el municipio de Sonsonate donde se realizará esta investigación ni siquiera se conoce el término.

Por esa razón se ha tomado también en cuenta el aporte del investigador danés Klaus Bruhn Jensen, quien trabaja en este campo desde la perspectiva de la semiótica social de la comunicación de masas lo ha sintetizado así: “La investigación cualitativa reciente indica que las audiencias tienen la capacidad de asignar su propio sentido a los medios de comunicación y además, que en el proceso de recepción los medios satisfacen una fama de intereses y placeres legítimos de la audiencia”.²⁶

²⁵ COROMINAS, María. (2001). “Los Estudios de Recepción”. Universidad Autónoma de Barcelona.

²⁶ JENSEN BRUHN, Klaus. (1995). "The Social Semiotics of Mass Communication". Editorial Sage.

Receptor, en teoría de la comunicación, es el agente (persona o equipo) que recibe el mensaje, señal o código (comunicación) emitido por un emisor, transmisor o enunciante; es el destinatario que recibe la información suficiente. La Teoría de Usos y Gratificaciones es un fruto de un enfoque en el que se concibe al público como activo, se considera que los medios compiten con otras fuentes de necesidades, que las personas tienen conciencia de sus intereses y que, con base en lo anterior, deciden si un medio le es útil o no²⁷.

2.3.2 Usos y Gratificaciones: Esta teoría nacida en los años ochenta, ha dado una nueva forma de ver a la audiencia. La Teoría de los Usos y Gratificaciones considera el conjunto de las necesidades de la audiencia como una variable independiente en el estudio de los efectos bajo el supuesto fundamental: "La audiencia es activa y se acerca a los medios para lograr ciertos objetivos". Gran parte de iniciativa en la conexión de las necesidades y la elección de los medios depende del destinatario.²⁸

Aplicando esta teoría en cualquier parte del mundo se puede obtener resultados que permiten conocer más de cerca a la gente de nuestro entorno. Esa es la intención en Sonsonate, conocer los usos y gratificaciones que los jóvenes sonsonatecos le dan a los programas locales del interior del país. De esta forma esta teoría dará pie a resultados sobre los usos y gratificaciones que los receptores sonsonatecos otorgan a ciertos temas que ellos consumen.

Además, con la Teoría de Usos y Gratificaciones, se intenta explicar a los jóvenes a través del programa radial "Diálogo Sonsonateco", qué es lo que buscan y qué es lo que obtienen.

El teórico José Ignacio Varela, propone que las gratificaciones de necesidades suceden de dos formas diferentes:

-Gratificaciones que resultan de la experiencia placentera de los contenidos de los medios, las cuales son resueltas en el proceso de consumo de medios.

²⁷ALCOCER Cruz, Daniel Guadalupe. (2013) "DE LA ESCUELA DE FRANKFURT A LA RECEPCIÓN ACTIVA RAZÓN Y PALABRA." Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. http://www.razonypalabra.org.mx/N/N82/V82/13_Alcocer_V82.pdf Consultado 23-07-2017

²⁸SIERRA Caballero, Francisco (2004) "La Teoría Usos y Gratificaciones". Departamento de Periodismo. Pág. 59. http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/correa_g_a/capitulo2.pdf Consultado 23-07-2017

-Gratificaciones que resultan del aprendizaje de información de contenidos de medio, y subsecuentemente utilizan en asuntos prácticos.²⁹

Con el entendimiento de esta posición entenderemos que los usos y gratificaciones suceden en dos momentos: Cuando el joven se exponga al programa radial y luego de finalizar ese programa, que uso le dará a este.

2.3.3. Diálogo Sonsonateco: Programa radial transmitido de 1pm a 2pm, el cual sirve como plataforma para analizar la utilidad que le dan los jóvenes estudiados. Se trata de una entrevista conducida por Moisés Ortiz, quien es también el productor y director del programa, que toca temas de interés local, ya sea del municipio de Sonsonate, o de los demás municipios del departamento.

2.3.4 Preferencia: Preferencia es un concepto usado en ciencias sociales, particularmente en economía. Asume una elección real o imaginaria entre ciertas alternativas y la posibilidad de ordenarlas. Más generalmente, puede verse como una fuente de la motivación. En las ciencias cognitivas, Francisco Varela (2001), "El análisis científico moderno del conocimiento en todas sus dimensiones", las preferencias individuales determinan la elección de los objetivos³⁰. Los jóvenes tienen preferencias, y éstas están determinadas por varios factores, los cuales responden a intereses, a estímulos particulares de cada uno de ellos.

2.3.5 Contexto: El término contexto (del latín contextus; conocido también como contexto material y contexto abstracto o simbólico), es: el conjunto de circunstancias (materiales o abstractas) que se producen alrededor de un hecho, o evento dado, que están fiablemente comprobadas; en los testimonios de personas de reputación comprobada por medio de la voz humana, mensaje hablado, escrito, grafías antiguas, manuscritos antiguos, en piedra, cartas, documentos, libros de historia, periódicos, internet, tv, radio, medios audiovisuales

²⁹ VARELA, José. (2001) "La dura realidad: Usos y Gratificaciones aplicada a los Reality Shows". RAZÓN Y PALABRA. Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n24/24_jvarela.html

³⁰ VARELA, Francisco. (2001) "Francisco Varela y las ciencias cognitivas." Revista chilena de neuro-psiquiatría. http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-92272001000400004&script=sci_arttext&tlng=e Consultado 27-07-2017

modernos u otros, y transmitidas sin distorsión a los sentidos (de la razón, vista, oído, gusto, tacto u olfato) de las personas del futuro inmediato o lejano³¹.

2.3.6 Utilidad: Del latín utilitas, la utilidad es el interés, provecho o fruto que se obtiene de algo. El término también permite nombrar a la cualidad de útil, en otras palabras que puede servir o ser aprovechado en algún sentido³².

³¹CONTEXTO, Wikipedia la enciclopedia libre.
<https://es.wikipedia.org/wiki/Contexto>

³²UTILIDAD, Definicion.de,
<http://definicion.de/utilidad/>

2.4 Categorías de Análisis.

En el presente estudio se han planteado tres categorías con sus respectivos indicadores. A continuación se detallan las siguientes categorías:

2.4.1 Consumo

La recepción o consumo que los jóvenes han hecho del programa radial “Diálogo Sonsonateco” registra como resultado el simple efecto o acción de recibir, para el caso de este estudio, la recepción de los mensajes mediante el hecho de escuchar el programa. Es decir, si se observa como una simple acción que cualquier individuo realiza en el momento que escucha y recibe mensajes, en ese acto entonces se está llevando a cabo la recepción.

El teórico danés Klaus Bruhn Jensen (2014) define a la recepción como “...un acto social que sirve para negociar la definición de la realidad social en el contexto de prácticas culturales y comunicativas amplias³³”. Para este autor el análisis de la recepción ha marcado un nuevo punto de partida al estudiar en profundidad los procesos reales a través de los cuales los discursos de los medios de comunicación se asimilan a discursos y prácticas culturales de las audiencias; por esta razón también se hace preciso identificar las otras dos categorías que forman parte de esta investigación: Usos y gratificaciones.

Indicadores:

- Edad: es decir la edad de los participantes.
- Sexo: como el conjunto de características biológicas que caracterizan a las especies animales, para el caso hombre o mujer.
- Consumo de Radio: si acostumbran a consumir –escuchar- la radio.

³³ La recepción de los medios.(2014) “Tradiciones cualitativasPublication: Research - peer-review › Book chapterPresentationCitation formatsKlaus Bruhn JensenOriginal language SpanishTitle of host publication La comunicación y los medios . Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativaEditors Klaus Bruhn JensenNumber of pages 21Place of Publication Mexico”Publisher Fondo de Cultura EconómicaPublicación date 2014Pág. 273-293ISBN (print) 978-607-16-2413-0State Published

- Consumo de medios locales: si consumen medios de comunicación locales (Departamento de Sonsonate)
- Consumo de radios locales: si tienen la costumbre de consumir radios ubicadas en la zona del departamento de Sonsonate.
- Nivel educativo: es decir el nivel educativo que poseen los participantes, ya sea primaria, técnico o superior.
- Consumo de programas políticos: el interés y consumo de programas de carácter político
- Consumo del programa “Diálogo Sonsonateco”: escuchar el programa “Diálogo Sonsonateco”
- Reincidencia del programa: con qué frecuencia sintoniza el programa “Diálogo Sonsonateco”.

2.4.2 Usos

Los jóvenes hacen uso de los mensajes que obtienen del programa “Diálogo Sonsonateco”. La utilización que le dan se convierte en una variable en la producción de gratificaciones.

Lundberg y Hulten (1997) hacen referencia a dos supuestos como modelo de los usos y gratificaciones, en cuanto al uso exponen que el público se concibe como un ente activo³⁴; para el caso los medios son visualizados como un pasatiempo.

En este sentido el *uso*, que los jóvenes le dan al programa radial responde a una necesidad que es satisfecha en la medida que lo escuchan. Los miembros del público hacen uso de los mensajes y esta utilización actúa como variable que interviene en el proceso del efecto³⁵.

Indicadores:

³⁴ELIHU Katz, Jay G. Blumer y Michael Gurevitch. (1997) “La comunicación Humana, Teorías de Comunicación”. EDISON OTELO BELLO Santiago de Chile. Editorial Universitaria.
<https://lacomunicacionhumana.wordpress.com/2009/12/17/usos-y-gratificaciones-de-la-comunicacion-de-masas/> Consultado 27-07-2017

³⁵MORAGAS, de M. (1993). “Sociología de la comunicación de masas: II Estructura, funciones y efectos.” (3.er ed). México: Ediciones G. Gili.

- Conocimiento de política. Es decir si los participantes tienen algunos criterios sobre política.
- Información local: si tienen un conocimiento en cuanto al contexto en el que viven
- Perspectiva plural de lo local: es decir entender de que las sociedades están integradas por un sistema de valores diferenciados
- Contribución social del programa: si aporta al desarrollo de la sociedad sonsonateco

2.4.3 Gratificación

También Lundber y Hulten (1997) sostienen que en el proceso de la comunicación masiva, corresponde al público la iniciativa de la gratificación de la necesidad y elección de los medios³⁶.

Para el caso de la investigación la perspectiva es que la conducta individual de los participantes de cara a los medios, se une en la búsqueda continua de las formas en que ellos crean y gratifican necesidades³⁷.

Las gratificaciones pueden derivarse de tres fuentes distintas: el contenido de los medios, la exposición ante ellos, y el contexto social que tipifica la situación de exposición ante medios diferentes³⁸.

Indicadores:

- Identificación cultural: es decir si tienen una identificación cultural con los aspectos de su entorno: valores, orgullos, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elementos dentro de un grupo social y que actúan para que los individuos que lo forman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia.
- Uso del habla: formas de hablar, modismos.

³⁶MORAGAS. Ibid.

³⁷Ibid.

³⁸Ibid.

- Representación local: Si los contenidos o los invitados en el programa están geográficamente cerca o al interior del municipio de Sonsonate
- Calidad del Programa:
 - ✓ La improvisación si afecta o no
 - ✓ El Guión
 - ✓ La continuidad del programa

CAPÍTULO III

3 Metodología

3.1-Definición de la muestra o corpus de análisis

El cuerpo de análisis, implica todo el material obtenido a partir del estudio de los términos de recepción del programa radial “Diálogo Sonsonateco”. Dicho producto servirá de plataforma para ahondar en este objeto de estudio. La ejecución de la misma se hace partiendo de la premisa de que las metodologías cualitativas no son trabajadas con representaciones numéricas. La muestra a estudiar radica entre los jóvenes de 18 a 30 años³⁹, los cuales han sido escogidos de manera aleatoria en el casco urbano de Sonsonate.

“Diálogo Sonsonateco” como todo producto radial, tiene una intencionalidad y detrás de dicho programa hay ciertas variantes que lo hacen ser. El periodista que produce y realiza el programa tiene su propia ideología, y aunque ya se puede presumir no está de más decir que su transmisión tiene una tendencia ideológica; no obstante, la idea que rige este estudio es ver de qué manera el programa es consumido por los jóvenes, con el propósito de ver cuál es la utilidad que le dan. Es bajo esta inferencia que es acertada la Teoría de Usos y Gratificaciones.

Con el empleo de dicha teoría se busca una aproximación al porqué las audiencias consumen ciertos programas; en el caso del objeto de estudio de este análisis, se busca identificar por qué los jóvenes de 18 a 30 años se identifican o prefieren el programa, y de ser así, qué provecho y beneficio sacan de él. Antes se ha citado enfáticamente que los jóvenes en general buscan entretenimiento en los medios de comunicación, pero en el caso de aquellos que en una medida u otra consumen “Diálogo Sonsonateco”, es porque existen estímulos, intereses, valores y funciones que los acercan al programa.

El punto de análisis de esta investigación yace en determinar qué usos y gratificaciones le da la muestra escogida al programa “Diálogo Sonsonateco”. Esto no impide que se pueda hacer una valoración de las determinantes de este programa, su contenido por así decirlo y

³⁹Definición: Jóvenes adultos, Escala de edades en la adolescencia y la juventud. OMS (2000). “La salud de los jóvenes: un desafío para la sociedad, 2000, Informe Salud para todos en el año 2000”<https://es.wikipedia.org/wiki/Juventud> Consultado 27-07-2017

su ideología. Pero ¿qué hace que los jóvenes -prefieran dado el caso- “Diálogo Sonsonateco”?

3.2-Justificación de la muestra

La muestra fue tomada en los siguientes sitios: Barrio el Centro, Colonia 14 de Diciembre y Colonia Santa Marta. En total serán 30 jóvenes por cada sitio, haciendo un total global de 90 los cuales deben estar en el rango de edad de entre 18 y 30 años para la primera fase (encuesta).

Luego, los que contestaron afirmativamente si son oyentes de “Diálogo Sonsonateco” fueron seleccionados para la segunda fase de investigación (Grupo Focal), donde no interesa un dato numérico, sino, la calidad de interpretación que generen los diversos sectores al segundo momento en el cual se realice el grupo focal.

Los jóvenes que se incluyeron en el estudio, a diario, interactúan con diversos sectores de la sociedad. Algunos no necesariamente poseen un grado académico elevado, pero tienen experiencias personales que frecuentemente refuerzan sus conocimientos.

3.3-Determinación y descripción de las técnicas de investigación

La primera técnica que se ejecutó para conocer cuál es la recepción de “Diálogo Sonsonateco”. Posteriormente, con los resultados se pasó a la segunda técnica con el estudio en Grupos Focales:

3.3.1 Encuesta

La encuesta es una de las técnicas más básicas y efectivas de investigación social muy usadas por los investigadores sociales.

“La encuesta es una técnica de recogida de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos. A través de las encuestas se pueden conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de los ciudadanos.”⁴⁰

Por tal razón, su versatilidad ayudará a obtener más información de los jóvenes en su medio social. Pero principalmente, a través de dicha encuesta, se obtuvo la muestra a estudiar en el grupo focal, al poder identificar a los jóvenes que escuchan “Dialogo Sonsonateco”. Con esto se fortaleció los resultados del grupo focal para tener una aproximación más fiable a la realidad de los jóvenes en Sonsonate.

3.3.2-Focus Group

El Focus Group o grupo focal, es una técnica que centra su atención en la diversidad de respuestas obtenidas de un grupo de personas y es definido como una técnica de la investigación cualitativa, cuyo objetivo es la obtención de datos por medio de la percepción, los sentimientos, las actitudes y las opiniones de grupos de personas.

Matus y Molina (2006) señalan que esta técnica cualitativa pretende aprehender los significados que los sujetos comparten y que se expresan mediante el lenguaje⁴¹.

Por otro lado, Romo y Castillo (2002) señalan que el grupo focal tiene predominantemente una finalidad práctica que busca recopilar la mayor cantidad de información posible sobre un tema definido. Además, mencionan que se estimula la creatividad de los participantes y se crea un sentimiento de co-participación por parte de los entrevistados. Por medio de esta técnica los entrevistados hablan en su propio lenguaje, desde su propia estructura y empleando sus propios conceptos, y son animados para seguir sus prioridades en términos propios⁴².

⁴⁰El Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), Madrid, España
http://www.cis.es/cis/opencms/ES/1_encuestas/ComoSeHacen/queesunaencuesta.html Consultado 27-07-2017

⁴¹MATUS, G. & Molina, F. (2006). “Metodología cualitativa: un aporte de la Sociología para investigar Bibliotecología.” Valparaíso, Universidad de Playa Ancha.

⁴²ROMO M., & Catillo, C.(2002), "Metodología de las Ciencias Sociales aplicadas al estudio de la nutrición, en Revista Chilena de Nutrición" Pág. 29. consultada el 03 de marzo de 2007 en http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-5182002000100003&script=sci_arttext Consultado 27-07-2017

Considerando que la Teoría Usos y Gratificaciones es la que se utilizó para la presente investigación, pues lo que se busca es ver qué efectos provoca en las personas en los medios de comunicación, la técnica del Focus Group se convierte en una herramienta idónea para generar un ambiente de camaradería, en el cual los participantes se les hizo sentir en total confianza para que compartieran sus apreciaciones respecto al programa estudiado.

Los aportes de cada participante interactuando frente al resto de quienes conformaron el grupo focal: el comparar opiniones, conjeturas, preferencias. Esto incitó a que incluso aquellos que no suelen ser tan afines a abrirse en público pudieran extenderse con tranquilidad.

Las contribuciones que se hicieron en ese pleno plural, sirvieron para después poder puntualizar incluso de manera personal en casos que ameriten darle ese seguimiento.

3.4 Procedimiento del trabajo de investigación

3.4.1 Fundamentación teórica

El anteproyecto de análisis sirvió para evaluar los aspectos generales de la investigación. En esta etapa se afinó el documento con el objetivo de trazar el camino a seguir de la investigación.

3.4.2 Trabajo de campo

Esta etapa sirvió para desarrollar la recolección de datos, partiendo de lo que se ha propuesto para el **Análisis de recepción del programa “Diálogo Sonsonateco” en los jóvenes de 18 a 30 años del casco urbano del municipio de Sonsonate**. Puntualizando la técnica seleccionada para tal cometido

3.4.3 Análisis e interpretación

Una vez se tiene toda la información recolectada, se procedió a realizar el análisis e interpretación de los datos obtenidos durante la investigación.

3.4.4 Conclusiones y recomendaciones

Cuando el análisis e interpretación de los datos se logró, se continuó con la elaboración de las conclusiones y recomendaciones que arrojó la investigación.

3.4.5 Presentación del informe final

Finalmente se procedió con la redacción y presentación del informe final conforme al formato vigente.

3.5-Etapas de Investigación

3.5.1-Encuesta: La ejecución de la encuesta se realizó el 2 de septiembre de 2015 en las principales calles de las colonias Barrio el Centro, Colonia 14 de Diciembre y Colonia Santa Marta. En total se realizaron 30 encuestas por cada colonia, haciendo un total de 90 encuestas aplicadas.

El muestreo fue al azar, sólo se tomó como parámetro que el encuestado cumpliera el rango de edad requerida para la realización de ésta. Dicha encuesta fue diseñada para ser rápida y sencilla, su principal objetivo fue seleccionar los jóvenes que se convocaron para realizar el grupo focal, además se obtuvo una aproximación a la realidad de los jóvenes del municipio de Sonsonate.

Muestra de la encuesta en el anexo: 6.1.1-Cuestionario de la Encuesta.

3.5.2- Grupo Focal: Luego de obtener a las personas que contestaron positivamente si oyen “Diálogo Sonsonateco” se citó a todas el día 26 Septiembre de 2015 en un salón de la Universidad Andrés Bello de Sonsonate a las 4 pm para realizar el grupo focal.

Esto permitió profundizar el conocimiento en la recepción de los jóvenes sonsonatecos que escuchan “Diálogo Sonsonateco” y para esto se diseñó una serie de preguntas. En el primer bloque el grupo investigador se presentó y explicó la actividad a realizar y luego de la presentación se llevó a cabo el grupo focal.

CAPÍTULO IV

4 Exposición de Resultados

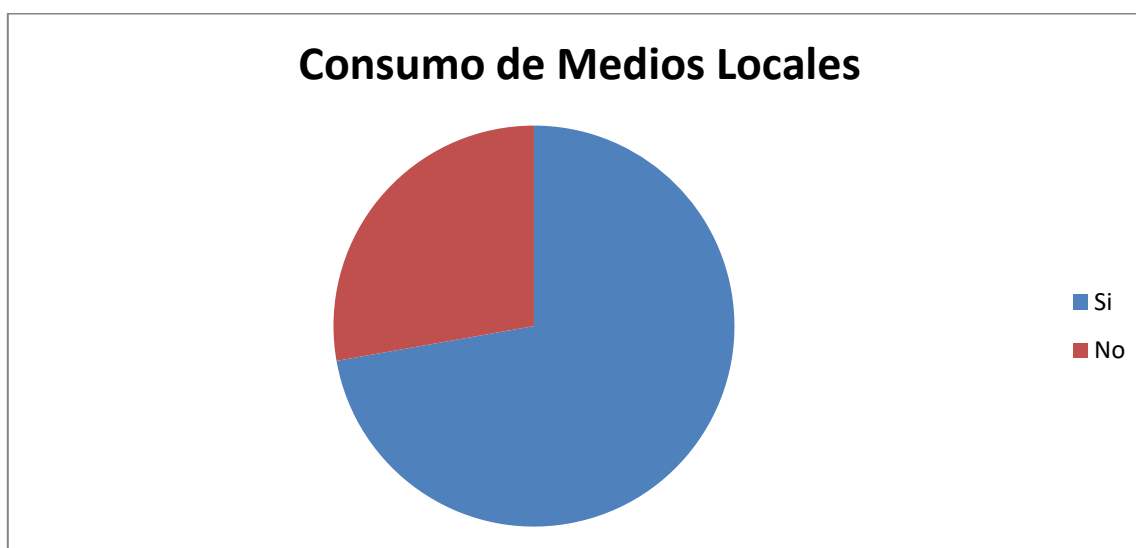
4.1 Resultado de la Encuesta

Vaciado de Información, Encuesta

Fecha de la grupo encuesta	25/08/2015
Lugar de la Encuesta	Barrio el Centro, Colonia 14 de Diciembre, Colonia Santa Marta.
Número de encuestados	90
Nombre de los encuestadores	Marvin Icho y René Domínguez

Dentro de las preguntas que se formularon en las encuestas realizadas, se les cuestionó si escuchaban medios de comunicación locales (Radio, televisión o prensa escrita de Sonsonate); es decir, que de un grupo de 90 encuestados, 65 dijeron que sí y 25 dijo no consumir.

Gráfica1

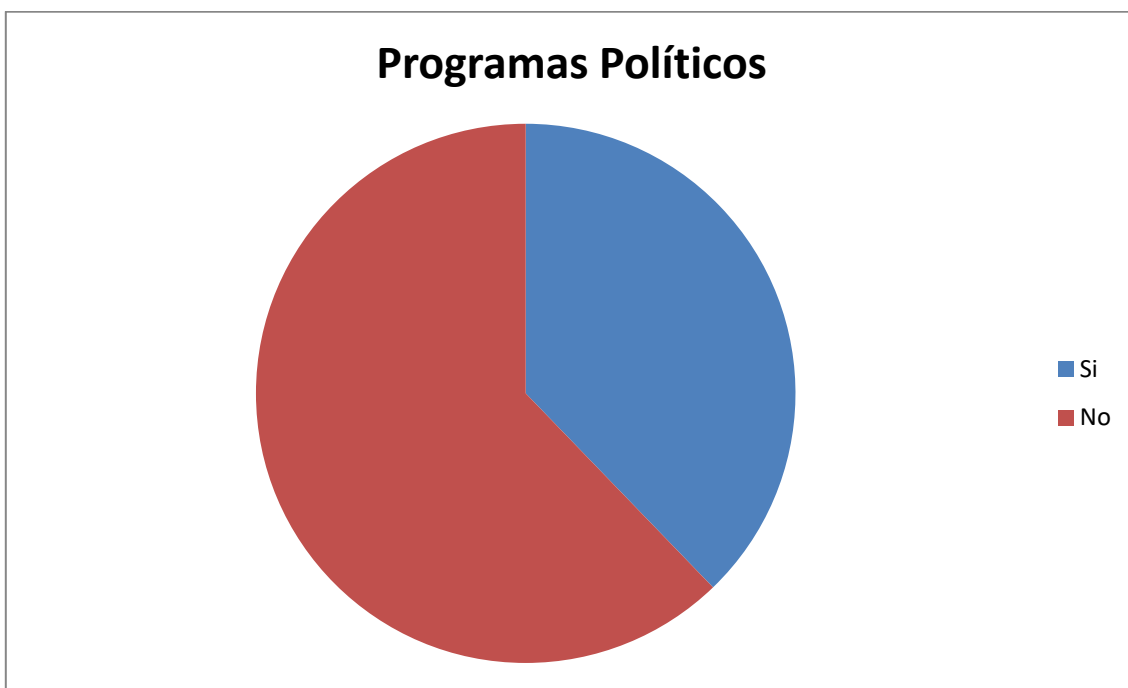


Sí: **65** (72%) No: **25** (28%)

Total: **90**

Además se les formuló la siguiente pregunta ¿Consume programas políticos? Las respuestas que abajo se reflejan en la gráfica arrojaban que 34 participantes contestaron que sí y 56 dijeron no consumir programas políticos.

Gráfica 2

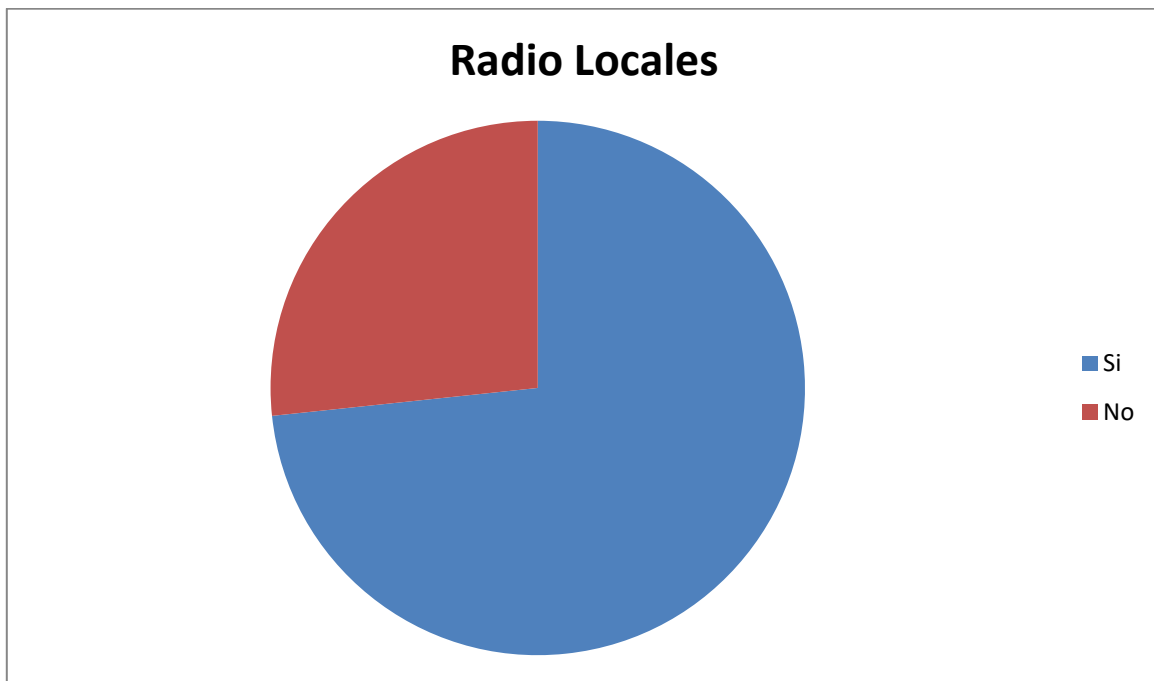


Sí: **34** (38%) No: **56** (62%)

Total: **90**

La siguiente pregunta que se formuló fue con respecto a si consumían radios locales y las respuestas que se muestran en la gráfica proyectaban que 66 de los participantes escuchan radios locales y 24 no lo hacen.

Gráfica 3



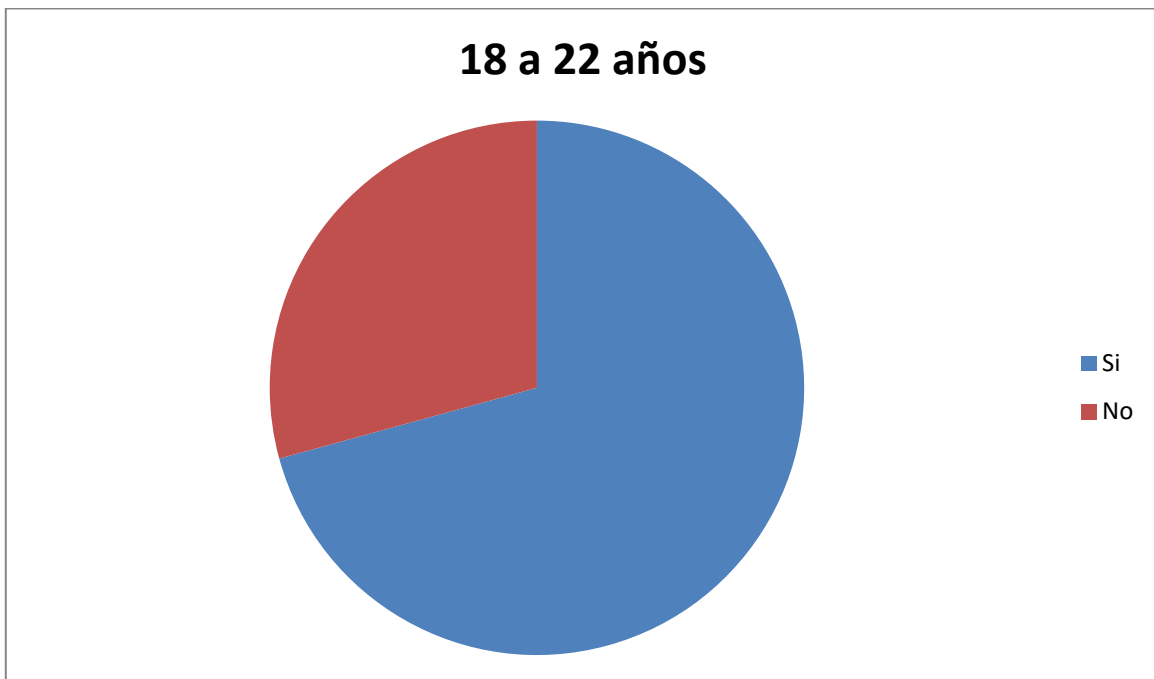
Sí: **66** (73%) No: **24** (27%)

Total: **90**

De los que consumen radios locales y de los que no, se pueden obtener los siguientes porcentajes al dividirlos en los rangos de edad, para así obtener una aproximación de los jóvenes y poder observar si la edad es un parámetro que determine el consumo de Radios locales.

El resultado en el rango de 18 a 22 años fue de 41 individuos, y resultó que 29 jóvenes sí lo consumen frente a 12 que no.

Gráfica 4



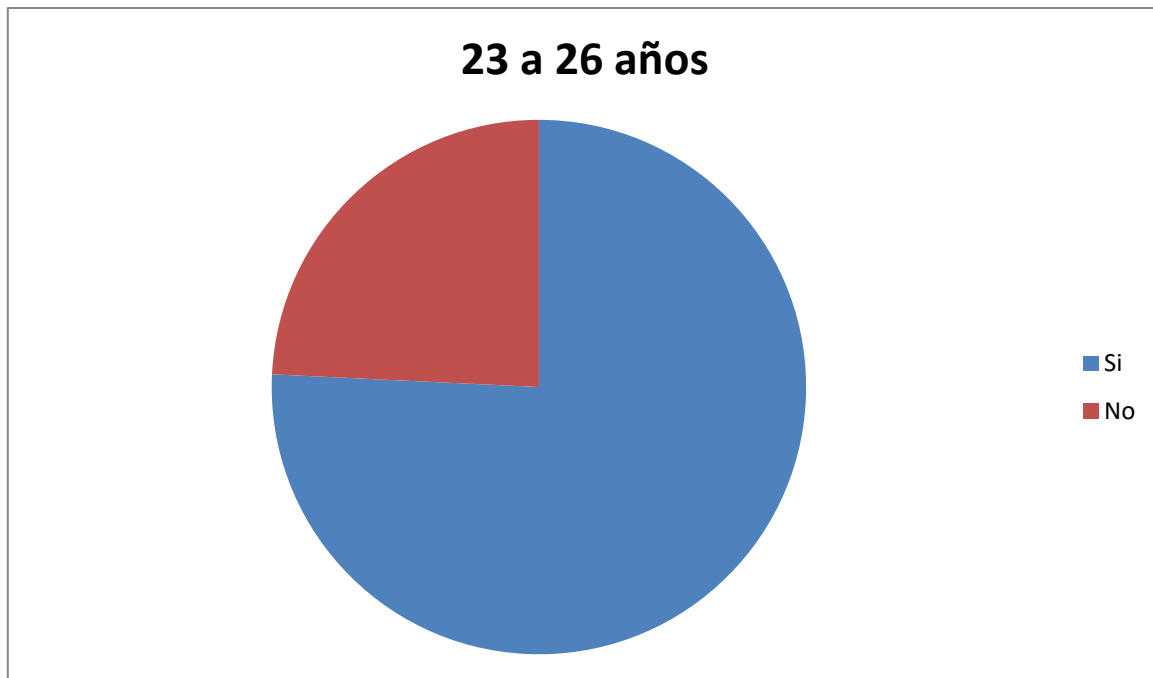
Sí: **29** (70.7%)

No: **12** (29.3%)

Total: **41**

En el rango de edad intermedio, que comprende de los 23 a 26 años, se totalizaron 33 jóvenes, y de tales 25 dijo consumir radios locales y 8 que no lo consumen.

Gráfica 5



Sí: 25 (75.8%)

No: 8(24.2%)

Total:33

Finalmente el rango de edad mayor, que comprende de los 27 a 30 años resultaron 6 encuestados, de los cuales 2 dijo consumir radios locales y 4 no consumirlos.

Gráfica 6



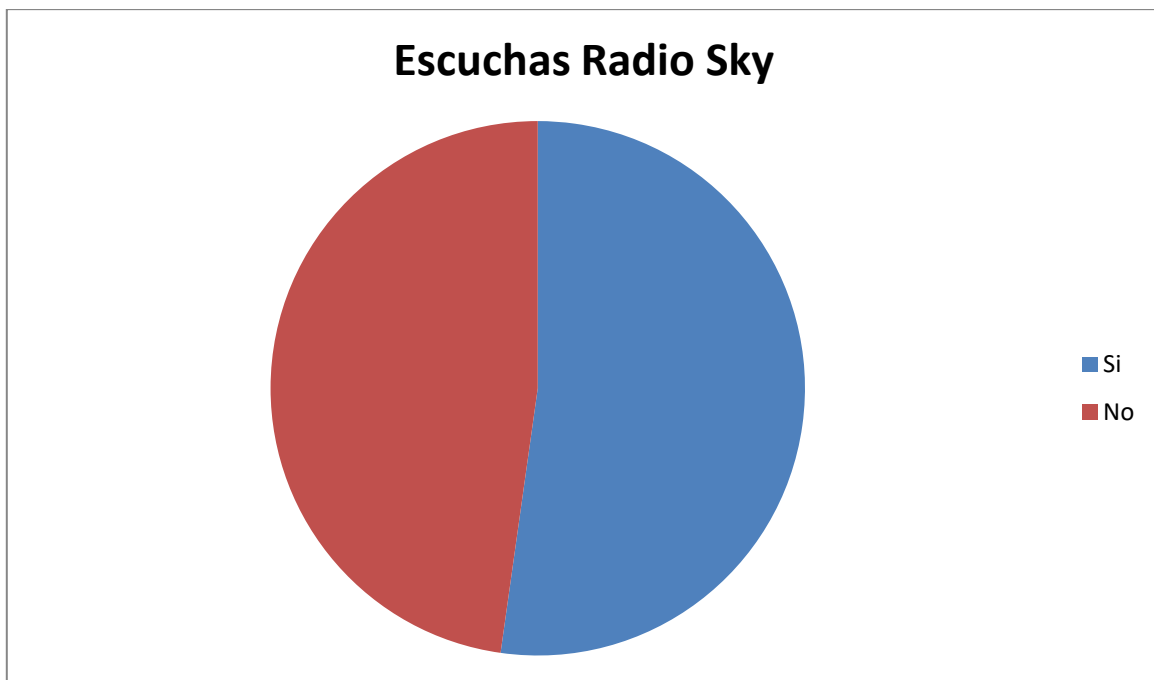
Sí: 2 (33.3%)

No: 4(66.7%)

Total:6

Seguidamente se preguntó de manera precisa sobre si escuchaban Radio Sky. Las respuestas que se verán en la gráfica indican un porcentaje más parejo: por un lado 47 de los encuestados respondió que escucha la radio, y el resto, es decir, 43 encuestados dijo no escuchar la radio.

Gráfica 7



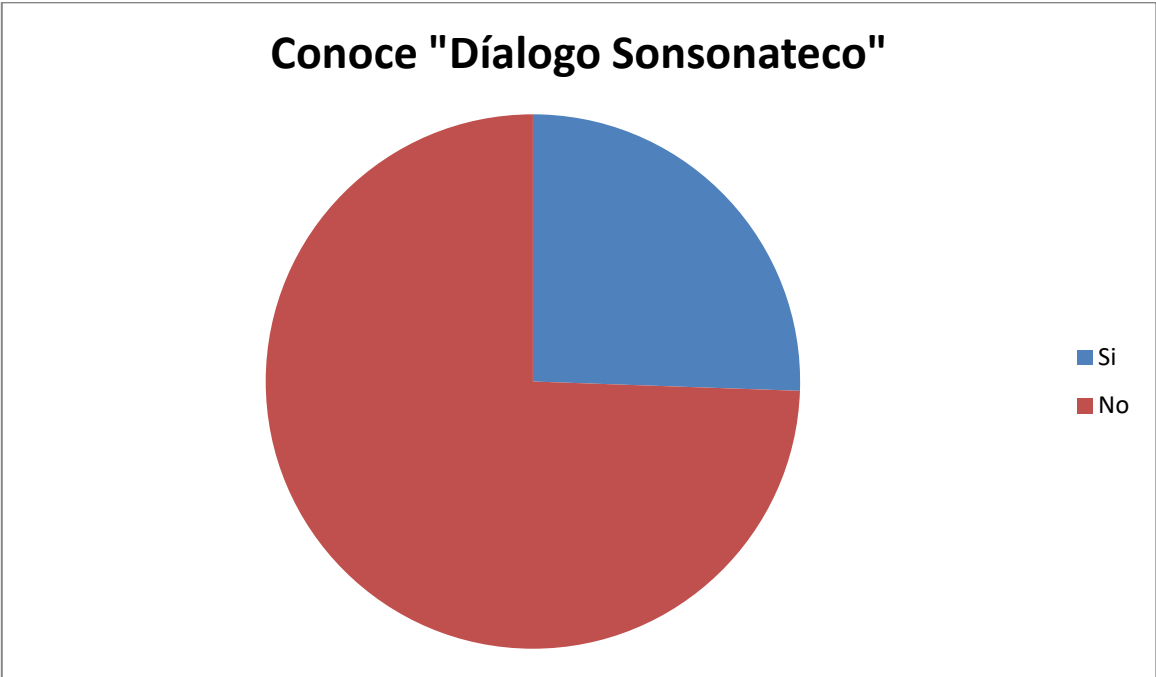
Si: **47** (53%)

No: **43** (47%)

Total: **90**

Con la idea de jerarquizar las preguntas al foco de la investigación, se incitó a los encuestados a responder si ellos conocían el Programa “Diálogo Sonsonateco”; en esta pregunta, como denota la siguiente gráfica, los resultados cambiaron rotundamente; para el caso, la mayoría, 66 personas dijeron no conocerlo, y 24 de los encuestados aseguró que sí lo conocía.

Gráfica 8



Sí: **24** (25.5 %) No: **66**(74.5 %)

Total: **90**

La última pregunta que se formuló en la encuesta fue al respecto de si conocían quién era Moisés Ortiz conductor del programa “Diálogo Sonsonateco”; acá la tendencia fue similar a la de la gráfica anterior; sin embargo, subió un leve porcentaje: de los encuestados, 71 dijeron no conocerlo y los 19 restantes aseguraron conocerlo.

Gráfica 9



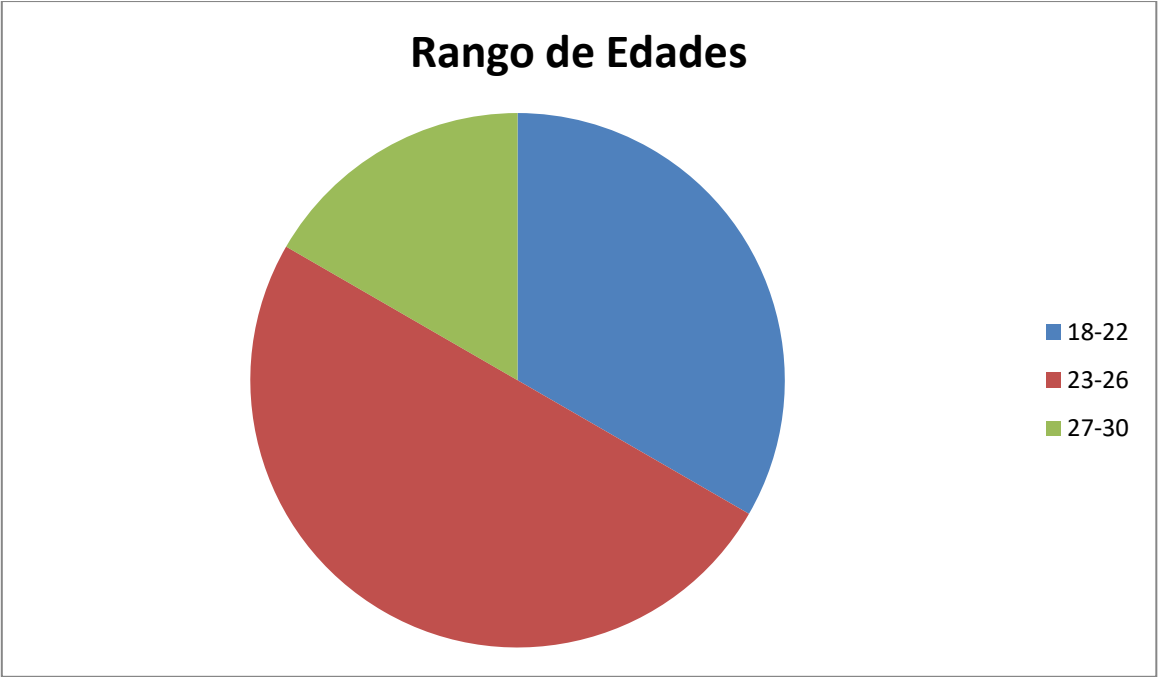
Sí: **19** (21%) No: **71** (79 %)

Total: **90**

Con un total de 24 encuestados que respondieron afirmativamente conocer “Diálogo Sonsonateco” se vaciaron los datos de la encuesta que detallan los rangos de edad, participación como individuos en la sociedad (partidos políticos, movimientos civiles o ciudadanos, y en organizaciones no gubernamentales ONG), grado académico y si actualmente estudian:

Al realizar el primer cruce de datos de los 24 encuestados que conocen “Diálogo Sonsonateco” con los rangos de edades, se pudo observar que 8 comprendían edades de 18 a 22 años, y que 12 encuestados estaban en el rango de edad comprendido entre 23 a 26 años y que sólo 4 encuestados se pueden ubicar entre los 27 a 30 años.

Gráfica 10



18-22: **8**(33.3%)

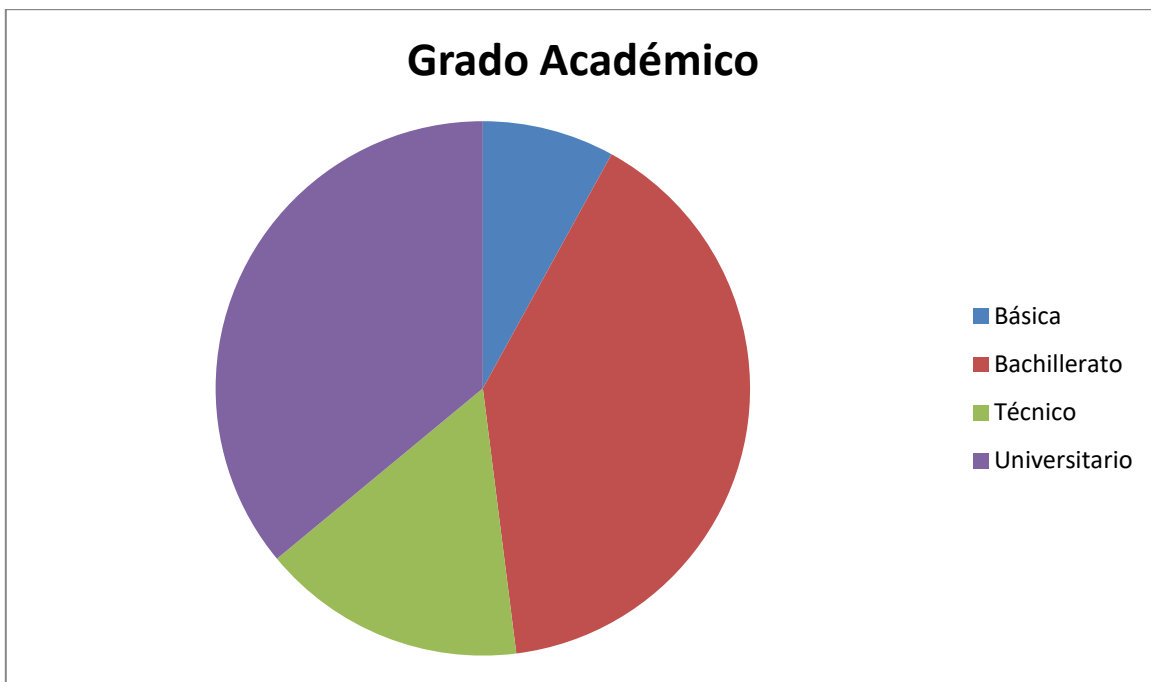
23-26: **12** (50 %)

27-30: **4** (16.6%)

Total: **24**

En la gráfica de sus grados académicos se puede observar que de los 24 encuestados 2 tienen el estudio básico, 10 son bachilleres, y se pueden observar que 3 tienen grado técnico, y quienes poseen estudios universitarios son 9.

Gráfica 11

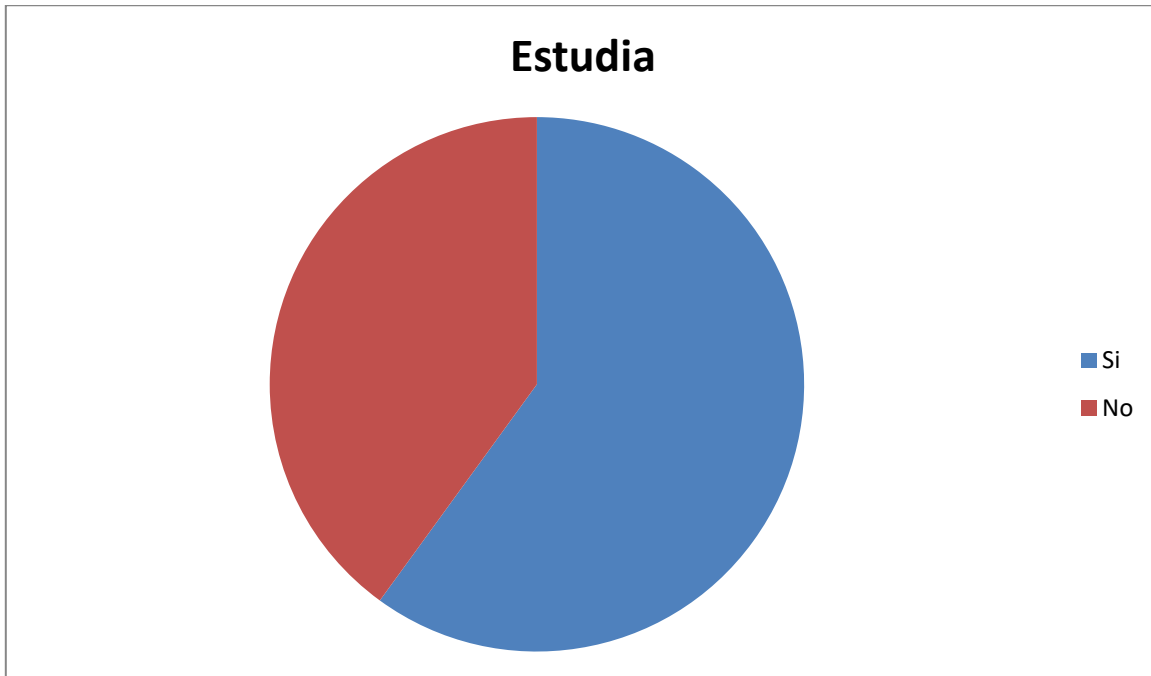


Básica: **2** (8.3%) Bachillerato: **10**(41.6%) Técnico: **3**(12.5%) Universitario: **9** (37.5%)

Total: **24**

Al preguntar a los 24 encuestados que respondieron conocer “Diálogo Sonsonateco”, si estudian en la actualidad, 15 respondieron que sí y 9 dijeron no hacerlo, lo cual se aprecia en la siguiente gráfica.

Gráfica 11

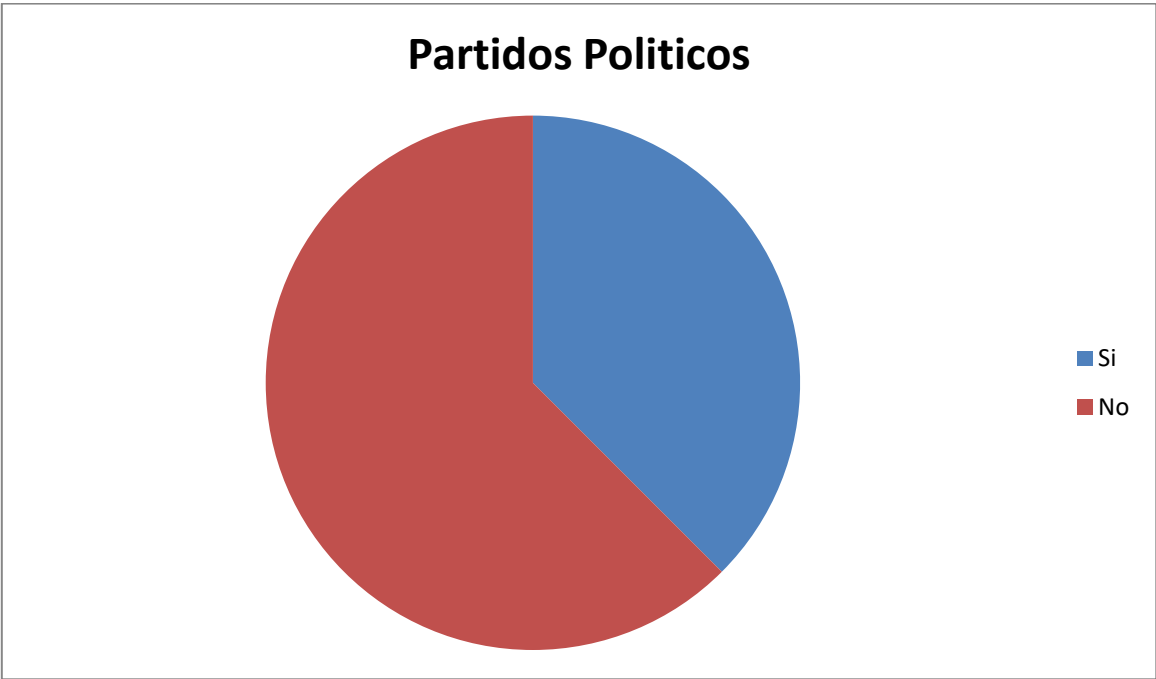


Sí: **15** (63%) No: **9** (37%)

Total: **24**

Al explorar los 24 encuestados que respondieron conocer “Diálogo Sonsonateco” se puede observar en la siguiente gráfica que 9 participan en partidos políticos y 15 no; de ese mismo grupo 7 participan en movimientos sociales y 17 no lo hace; finalmente al indagar su participación en ONGs, 4 dijeron que sí participan frente a 20 que respondió que no. Estos datos se pueden observar mejor en las siguientes 3 gráficas.

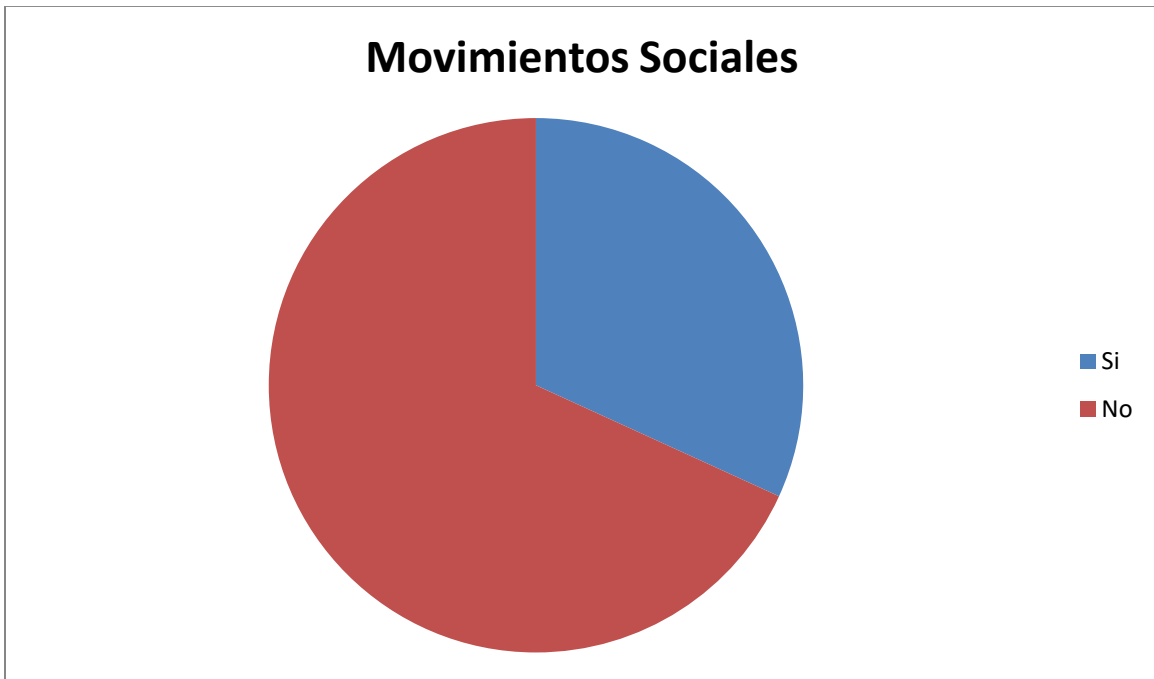
Gráfica 13



Si: **9** (37.5%) No: **15** (62.5%)

Total: **24**

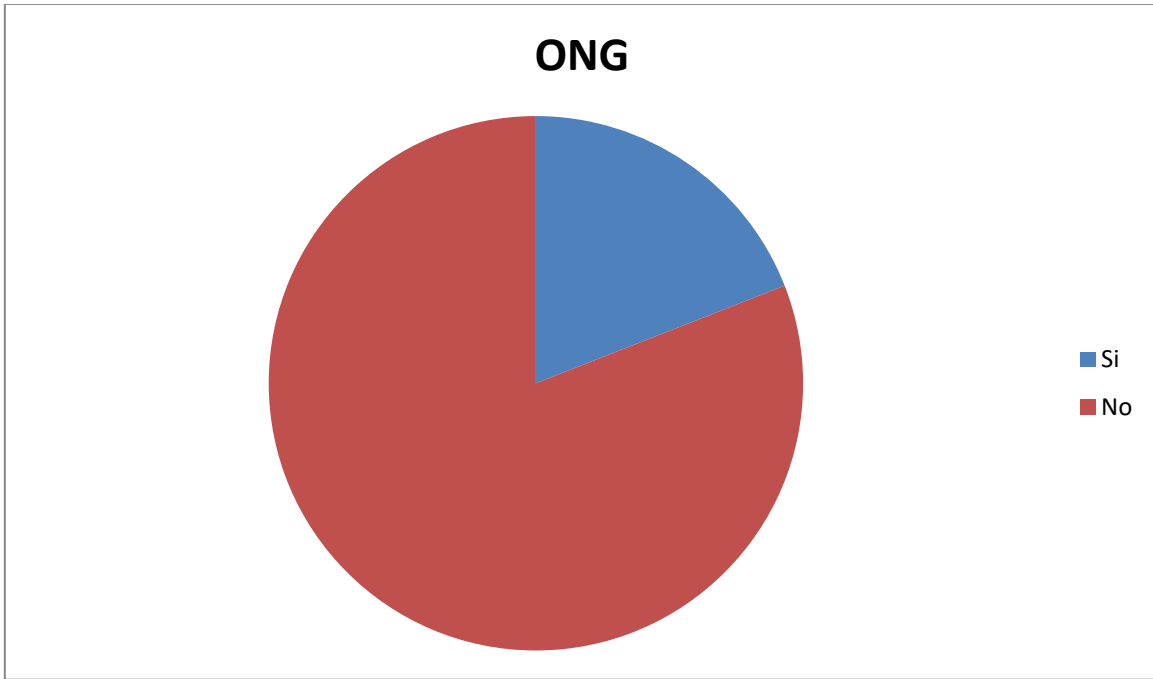
Gráfica 14



Sí: **7** (29.2%) No: **17** (70.8%)

Total: **24**

Gráfica 15



Sí: **4** (16.6%) No: **20** (83.4%)

Total: **24**

A los encuestados que respondieron afirmativamente conocer el programa de “Diálogo Sonsonateco” se les convocó a que participaran en el Grupo Focal, el cual estaba programado tentativamente para el día 27 de septiembre de 2015, de los 24 que fueron convocados sólo 16 se hicieron presente.

A las 4 pm se dio inicio a la al grupo focal luego de presentarles la razón del estudio, presentación de los investigadores y los objetivos de dicho grupo focal; así como la mecánica a realizar.

4.2 Resultado del Focus Group

Vaciado de Información Grupo Focal

Fecha del grupo focal	27/09/2015
Lugar del Grupo Focal	Universidad Andrés Bello, Sonsonate
Número de participantes	16
Nombre del moderador	Marvin Nehemías Isho Torres
Nombre del asistente del Moderador	René Alberto Domínguez Varela

1. ¿Qué medios consume y por qué los consume?

Categoría Consumo:

Indicadores Encontrados:

- Consumo de medios locales
- Consumo de radios locales
- Consumo de programas políticos
- Consumo del programa “Diálogo Sonsonateco”

Categoría Uso:

Indicadores Encontrados:

- Conocimiento de política
- Información Local

Tabla 1

Resumen/ aspectos clave	Frases notables
<p>De manera general, los jóvenes involucrados en este estudio coinciden en que consumen todo tipo de medios. Desde los tres medios de comunicación tradicionales como la prensa, radio y Televisión; hasta (y con mayor frecuencia) los medios de comunicación digitales.</p> <p>La televisión se señaló como la más consumida de los medios tradicionales, y en segundo lugar la radio, ya que la mayoría realiza otras actividades mientras consume ese medio. Y dada la hora de transmisión del programa “Diálogo Sonsonateco”, los jóvenes estudiados se encuentran retomando la jornada laboral en la</p>	<p>Participante 7 “algunas veces la de “Diálogo Sonsonateco” para las informaciones locales”</p> <p>Información Local Consumo de medios locales Consumo de radios locales Consumo del programa dialogo sonsonateco</p> <p>Participante 9 “(Diálogo Sonsonateco) Si lo escucho después (Del noticiero Radio Impacto de Sonsonate), pero es distinto, ya que no es noticiero. Es así como una revista-entrevista.”</p>

<p>tarde.</p> <p>En su mayoría buscan programas de entretenimiento, pero es evidente el interés en política y el conocimiento de ésta, ya que en su mayoría casi todos, si no es por decir todos buscan informaciones noticiosas, en medios serios, aunque también unos de los estudiados consumen periódicos como “Mi Chero” y el “Más”. Pero también un buen número de ellos buscan publicaciones del “Faro”</p> <p>Para el caso del por qué se consume “Diálogo Sonsonateco” es por la proximidad geográfica, ya que los medios grandes y tradicionales y las redes satisfacen sus necesidades informativas nacionales, el programa radial local les muestra como está el panorama del municipio. Uno de los encuestados señaló que escucha “Diálogo Sonsonateco” después de oír el noticiero radial de Radio Impacto, ya que el estilo entrevista-revista le amplía la información del Noticiero.</p>	<p>Información Local Consumo de medios locales Consumo de radios locales Consumo del programa dialogo sonsonateco</p> <p>Participante 10 Consumo del programa “Diálogo Sonsonateco” “radio cuando estoy en el trabajo, ahí donde más escucho las emisoras y el programa Dialogo Sonsonateco”</p> <p>Información Local Consumo de medios locales Consumo de radios locales Consumo del programa Diálogo Sonsonateco</p>
---	---

2. ¿Cuál es la recepción?, entendiendo como recepción: la acción de consumir o ser público de un medio masivo ¿Cuál es su opinión de los contenidos y el guión de “Diálogo Sonsonateco”, como programa de radio?

Categoría Consumo

Indicadores Encontrados:

- Consumo de programas políticos
- Reincidencia del programa

Categoría Uso

Indicadores Encontrados:

- Información local
- Perspectiva plural de lo local
- Contribución social del programa

Categoría Gratificaciones

Indicadores Encontrados:

- Identificación cultural
- Representación local
- Calidad del Programa:
- La improvisación si afecta o no
- El Guión
- La continuidad del programa

Tabla 2

Resumen/ aspectos clave	Frases notables
<p>De manera general, se puede resumir que la mayoría del grupo estudiado tiene una gran cantidad de aspectos que señalar, entre los menos favorables para el programa es la selección de temas, pudiendo no ser de interés para los jóvenes, o en los cuales suelen ser repetitivos por el tipo de entrevistados, que en su mayoría son alcaldes y diputados del departamento de Sonsonate, los cuales por falta de dirección del entrevistador sólo llegan con motivos propagandísticos.</p> <p>Cabe señalar que si bien es cierto, que “Diálogo Sonsonateco” aborda temas que afectan a la gran mayoría de municipios de Sonsonate, a los habitantes de los distintos municipios de Sonsonate, sólo les interesa aspectos que tienen que ver con el municipio al que pertenecen.</p>	<p>Participante 7: “lo malo que sólo son entrevistas a alcaldes, de sus programas de fiestas patronales y obras, entonces son temas repetitivos además que son demasiado extensos en eso y si yo soy de otro municipio pierdo el interés.”</p> <p>Consumo de medios locales Consumo de programas políticos Conocimiento de política Información local Contribución social del programa Calidad del Programa La improvisación si afecta o no El guión Identificación cultural</p>

<p>Pero también, el grupo en cuestión manifestó estar complacido o encontrar muy positivo que se abran espacios a organizaciones sociales y del trabajo que estas realizan para la sociedad.</p> <p>Otro punto que destacaron fue que el entrevistador no parece tener una buena preparación, debido que se auxilia de frases repetitivas, ya que señalaron que sintieron que en el momento formulaba las preguntas y no tenía claro que preguntar.</p> <p>Asimismo señalaron que la producción de comerciales en el programa es muy repetitivo, ya que escuchar una y otra vez los mismos comerciales se vuelve agotador, y es peor cuando se anuncia el inicio de este y entran en un bucle de comerciales y música, y que al final no lo transmiten. Ellos destacaron esto como una irresponsabilidad hacia la audiencia.</p>	<p>Participante 7:“Deberían de poner más temas que nos ayuden a nosotros los jóvenes, ya que habemos muchos jóvenes que lo escuchamos”</p> <p>Edad Consumo de medios locales Representación local Calidad del Programa: Contribución social del programa</p> <p>Participante 11:“lo que pasa es que llevan a alcaldes de los municipios como de Sonzacate y sólo hacen propaganda partidaria”</p> <p>Consumo de programas políticos Conocimiento de política Calidad del Programa</p> <p>Participante 11:“pero también hay entrevistas interesantes, por ejemplo hubo un día unos invitados de *Acajutlenses de Corazón* que fue interesante informarse de las labores que esta asociación u organización hace para beneficio de los más pobres”</p> <p>Información local Perspectiva plural de lo local Contribución social del programa</p> <p>Participante 11:“deberían ser más selectivos en los temas. Pero hasta cierto punto están dando espacios para que se den a conocer las actividades de estas asociaciones y organizaciones. Y eso es bueno por el espacio que brindan”</p> <p>Contribución social del programa Representación local Contribución social del programa</p>
--	---

	<p>Participante 9: “(Hablando de las preguntas preparadas que hace el moderador) A veces pareciera que no y porque se nota que en el momento se le ocurre formularlas y la persona invitada tiene que ver cómo responde la lista de preguntas”</p> <p>Calidad del Programa:</p> <p>La improvisación si afecta o no</p> <p>El guión</p> <p>Participante 9: “el conductor repetía mucho *El conocer de Nahuizalco*, como que lo repetía mucho y no hallaba que decir”</p> <p>Uso del habla</p> <p>Calidad del Programa:</p> <p>La improvisación si afecta o no</p> <p>Participante 8: “tal vez le hace falta, como ya lo mencionaba ella, las preguntas las saca en el momento y al azar. Pero considero que si tuviesen más variedad de temas me gustara más”</p> <p>Calidad del Programa:</p> <p>La improvisación si afecta o no</p> <p>El guión</p> <p>Consumo del programa “Diálogo Sonsonateco”</p> <p>Reincidencia del programa</p>
--	--

	<p>Participante 9: “los del programa empiezan a programar cualquier cosa, ponen música salsa y pusieron los mismos comerciales a cada rato y me aburrió. Entonces me quedé sin ganas de volver a escucharlo”</p> <p>Calidad del Programa:</p> <p>La continuidad del programa</p> <p>Reincidencia del programa</p> <p>Participante 9: “tienen temas de todo. Los invitados llegan a hablar de turismo un día, al otro día llega a hablar otro de las obras que ha hecho. Si es un invitado de cierto grupo social cuenta las actividades.”</p> <p>Perspectiva plural de lo local</p> <p>Contribución social del programa</p> <p>Identificación cultural</p> <p>Participante 9 : “dicen que va a haber programa y resulta que a veces no lo pasan y uno se queda esperando el programa.”</p> <p>Calidad del Programa:</p> <p>La continuidad del programa</p> <p>Reincidencia del programa</p>
--	--

	<p>Participante 7:“me llama la atención que hay veces que anuncian el programa, pero nunca lo ponen, y creo que si el presentador no puede llegar deberían tener un plan de respaldo.”</p> <p>Calidad del Programa:</p> <p>La continuidad del programa</p> <p>Reincidencia del programa</p> <p>Participante 7:“cada vez que hacen cortes de entrevista a comerciales empezaban con los anuncios repetidos de la diputada Silvia Astorga”</p> <p>Calidad del Programa:</p> <p>La continuidad del programa</p> <p>Participante 7:“es molesto que no tengan más variedad en los comerciales que yo siento que hasta la canción me puedo ya.”</p> <p>Calidad del Programa:</p> <p>La continuidad del programa</p>
--	--

3¿Qué es lo positivo o lo negativo que ha percibido del programa?

Indicadores Consumo

Consumo de medios locales

Consumo de radios locales

Consumo del programa “Diálogo Sonsonateco”

Reincidencia del programa

Indicadores Uso

Información local

Perspectiva plural de lo local

Contribución social del programa

Indicadores Gratificaciones

Identificación cultural

Uso del habla

Representación local

Calidad del Programa:

El guión

La continuidad del programa

Aspectos Negativos

Tabla 3

Resumen/ aspectos clave	Frases notables
Entre los aspectos claves a mencionar es la exigencia del grupo analizado, si bien es cierto, que cada uno ha tenido distintas experiencias y distintos niveles académicos, la mayoría se vuelven muy críticos del programa “Diálogo Sonsonateco”. Tales críticas van desde la forma en que el conductor lleva las entrevistas, hasta la repetición excesiva de frases. Pasando por la inconstancia a la hora de	Participante 12:“Yo escucho el programa, solo que a veces siento que Moisés lo deja hablar mucho (al invitado) y quisiera que el conductor hiciera que el alcalde diga cosas interesantes.” El guión

<p>transmitir el programa o la falta de invitado a quien entrevistar. También la cantidad excesiva y repetitiva de anuncios en el espacio de este programa.</p> <p>Pero los jóvenes estudiados no sólo se limitan a señalar las debilidades sino que plantean:</p> <p>Falta de iniciativa de hacer un conversatorio cuando no llega el invitado a dialogar con los oyentes a través de la línea telefónica.</p> <p>Llevar un guión más trabajado a la hora de entrevistar y no improvisar todo. En esto cabe la búsqueda de temas que hagan conciencia social de la vida política del departamento.</p> <p>Y la concentración de temas del municipio, ya que el grupo estudiado reside en el municipio de Sonsonate.</p>	<p>Calidad del Programa:</p> <p>Uso del habla</p> <p>Participante 7: “Yo pienso lo mismo (anterior frase), además, siento que hay ocasiones en las cuales el conductor ya no sabe qué hablar y repite lo mismo. Y hay veces que se pasa de la hora”</p> <p>El guión</p> <p>Calidad del Programa:</p> <p>Uso del habla</p> <p>Participante 14: “pero cuando no llega (El Invitado) solo música y canciones”</p> <p>El guión</p> <p>Calidad del Programa:</p> <p>Uso del habla</p> <p>Participante 14: “cuando lo sintonizo y llega un alcalde de otro municipio... lo quito, porque no me interesa la información de ese municipio”</p> <p>Representación local</p> <p>Identificación cultural</p> <p>Perspectiva plural de lo local</p> <p>Información local</p> <p>Reincidencia del programa</p> <p>Participante 8: “Falta más interacción y abrir el teléfono para cuando el invitado no se</p>
--	---

	<p>presente”</p> <p>La continuidad del programa</p> <p>Calidad del Programa:</p> <p>El guión</p> <p>Participante 8: “se ponen a pasar el montón de anuncios”</p> <p>La continuidad del programa</p> <p>Calidad del Programa:</p> <p>El guión</p> <p>Participante 4: “(a) Moisés Ortiz (podría decirse que debería) llevar una especie de guión. Creo que todo lo hace muy inventado”</p> <p>La continuidad del programa</p> <p>Calidad del Programa:</p> <p>El guión</p> <p>Participante 3: “yo diría que le hace falta más temas viscerales de las problemáticas del departamento”</p> <p>Contribución social del programa</p> <p>Identificación cultural</p> <p>Representación local</p> <p>Calidad del Programa:</p> <p>El guión</p> <p>Participante 3: “los programas informativos casi no crean una movilización”</p> <p>Consumo de medios locales</p> <p>Consumo de radios locales</p>
--	---

	<p>Consumo del programa dialogo sonsonateco</p> <p>Información local</p> <p>Representación local</p> <p>Calidad del Programa:</p> <p>El guión</p> <p>Participante 3:“Hay veces sacan cosas de las fiestas patronales de Nahuizalco, Sonzacate y yo soy de Sonsonate, a mí qué me importan esas fiestas”</p> <p>Representación local</p> <p>Identificación cultural</p> <p>Reincidencia del programa</p> <p>Participante 3:“Tienen que mejorar y descubrir cuáles son las problemáticas importantes del departamento”</p> <p>Representación local</p> <p>Uso del habla</p> <p>Identificación cultural</p> <p>Contribución social del programa</p> <p>Información local</p> <p>Participante 10: “Creo que la entrevista ésta para que los alcaldes lleguen a hacer propaganda de lo que hacen, son voceros de sus propias obras”</p> <p>Consumo de programas políticos</p> <p>Conocimiento de política</p> <p>Información local</p> <p>Perspectiva plural de lo local</p>
--	--

Aspectos Positivos

Indicadores Consumo

Consumo de programas políticos

Consumo del programa “Diálogo Sonsonateco”

Indicadores Uso

Conocimiento de política

Información local

Perspectiva plural de lo local

Contribución social del programa

Indicadores Gratificaciones

Identificación cultural

Representación local

Calidad del Programa:

El guión

Tabla 4

Resumen/ aspectos clave	Frases notables
<p>Se puede observar que el grupo focal estudiado tiene una gratificación al consumir “Diálogo Sonsonateco”. Ya que este espacio es abierto a organizaciones locales, lo cual crea un sentimiento de cercanía, ya que se sienten representados localmente.</p> <p>Además de tener una variedad de invitados los cuales llenan las expectativas o la necesidad de oír la manera de hacer política por personas que viven la realidad del municipio de Sonsonate.</p> <p>Otro punto a favor de los productores del programa es que la los jóvenes que fueron parte de este estudio señalan que si bien resulta cansado dejar al alcalde sin limitaciones para hablar, parece positivo. Ya que esta libertad los</p>	<p>Participante 11: “Pues la verdad es que son muy abiertos para cierto grupo de personas que en otro lado no les abren la puerta”</p> <p>Representación local</p> <p>Información Local</p> <p>Identificación cultural</p> <p>Contribución social del programa</p> <p>Perspectiva plural de lo local</p> <p>Calidad del Programa:</p>

<p>hace emitir posiciones u opiniones sin el corte que en otros medios o formatos tienen.</p>	<p>El guión</p> <p>Participante 11:“los alcaldes ahí dicen todo lo quieren decir, se ve que el conductor no los limita”</p> <p>Consumo de programas políticos</p> <p>Perspectiva plural de lo local</p> <p>Representación local</p> <p>Calidad del Programa:</p> <p>El guión</p> <p>Participante 14:“Lo escucho para oír los planes del alcalde de Sonsonate”</p> <p>Consumo de programas políticos</p> <p>Consumo del programa dialogo sonsonateco</p> <p>Conocimiento de política</p> <p>Perspectiva plural de lo local</p> <p>Calidad del Programa:</p> <p>El guión</p> <p>Participante 8:“son bien abiertos para invitar personas que en otros medios no les abren la puerta”</p> <p>Contribución social del programa</p> <p>Calidad del Programa:</p> <p>El guión</p> <p>Participante 8:“Es interesante cuando llevan a grupos o representantes de comunidades y motivan a que también uno se integre a estos grupos o formar grupos organizados en nuestra propia comunidad”</p>
---	--

	<p>Representación local</p> <p>Identificación cultural</p> <p>Contribución social del programa</p> <p>Perspectiva plural de lo local</p> <p>Calidad del Programa:</p> <p>El guión</p> <p>Participante 10: “Me gusta que entreviste a los alcaldes, y al final darle unos minutos para que den su propaganda o lo que estén haciendo”</p> <p>Conocimiento de política</p> <p>Información local</p> <p>Consumo de programas políticos</p> <p>Representación local</p> <p>Calidad del Programa:</p> <p>El guión</p> <p>Participante 4: “de vez en cuando invitan a las asociaciones u ONGs y es interesante oír los planes de estas”</p> <p>Representación local</p> <p>Identificación cultural</p> <p>Contribución social del programa</p> <p>Perspectiva plural de lo local</p> <p>Información local</p> <p>Conocimiento de política</p>
--	---

	<p>Consumo de programas políticos</p> <p>Participante 4:“En lo personal desconocía que estuvieran ese tipo de organizaciones, y en lo personal ocupan bien el espacio y tienen buena apertura.”</p> <p>Representación local</p> <p>Identificación cultural</p> <p>Contribución social del programa</p> <p>Perspectiva plural de lo local</p> <p>Información local</p> <p>Conocimiento de política</p> <p>Consumo de programas políticos</p>
--	--

4 ¿Considera que tiene una tendencia ideológica el programa y/o puede hacer que cambie su visión de la sociedad y de la política misma, o la vida cultural de Sonsonate?

Indicadores Consumo

Consumo de programas políticos

Indicadores Uso

Conocimiento de política

Perspectiva plural de lo local

Indicadores Gratificaciones

Calidad del Programa:

El guión

Tabla 5

Resumen/ aspectos clave	Frasas notables
<p>La mayoría del grupo estudiado analiza que “Diálogo Sonsonateco” no tiene tendencia ideológica, ya que según ellos, desde la amplia variedad de invitados hasta la forma de formulación de preguntas por parte del presentador, en el programa no se logran identificar que favorezca a cierta ideología o partido político en concreto.</p> <p>Además, otro aspecto a tomar en cuenta es que la propaganda viene de casi todos los partidos políticos. Ya sea de los diputados y los alcaldes en el departamento.</p>	<p>Participante 2: “si el programa tuviera una tendencia ideológica, durante la entrevista el conductor hiciera preguntas más incómodas y fuera más críticos con ellos; en cambio es bien flexible sin importar de que partido político es su invitado”</p> <p>Perspectiva plural de lo local Conocimiento de política Consumo de programas políticos</p> <p>Participante 7: “es bien imparcial ya que si llegan de un partido político o de otro, sus preguntas no son duras, si no que el mismo mecanismo ocupan con todos”</p> <p>Calidad del Programa: El guión Perspectiva plural de lo local Conocimiento de política</p> <p>Participante 8: “es bien imparcial, porque entrevista a todos de igual manera, uno no logra decir este es de izquierda o de derecha, si no que entrevista a todos por igual, y eso para mí es importante para que siga oyendo</p>

	<p>ese programa.”</p> <p>Calidad del Programa: El gui3n Perspectiva plural de lo local Conocimiento de pol3tica</p> <p>Participante 2:“en el programa sacan propagandas de diferentes alcaldes y diputados de diferentes partidos pol3ticos” Perspectiva plural de lo local</p>
--	---

¿Le gusta el lenguaje que utiliza?

Indicadores Consumo

Nivel educativo

Consumo del programa dialogo sonsonateco

Indicadores Uso

Perspectiva plural de lo local

Contribución social del programa

Indicadores Gratificaciones

Identificación cultural

Uso del habla

Tabla 6

Resumen/ aspectos clave	Frases notables
<p>El consumo del grupo estudiado es muy variado, como ya se ha presentado en la primera pregunta, va desde el consumo de medios “serios” como “El Faro” hasta populosos como el “Más” y “Mi Chero”.</p> <p>La preferencia hacia el programa está determinada por la manera sencilla en que el conductor realiza la entrevista. El uso del lenguaje sencillo y expresiones populares de los sonsonatecos lo hacen de fácil comprensión.</p> <p>Ya que él ha entrevistado a personas con pocos estudios, lo cual tiene la habilidad de adaptarse, según el Focus Group, de manera exitosa.</p>	<p>Participante 7: “su forma de hablar es sencilla, y todo mundo creo que lo entiende” Identificación cultural Uso del habla</p> <p>Participante 7: “No usa palabras raras” Identificación cultural Uso del habla</p> <p>Participante 7: “ha llevado invitados bien humildes y se pone a entrevistarlos de manera que lo entienda el invitado y los que lo escuchamos” Nivel educativo Perspectiva plural de lo local Identificación cultural Uso del habla</p> <p>Participante 7: “No he escuchado quizás nunca palabras demasiado rebuscadas.” Nivel educativo Identificación cultural Uso del habla</p> <p>Participante 10: “Moisés Ortiz entrevista de</p>

	<p>manera que se adapta a su invitado” Identificación cultural Uso del habla</p> <p>Participante 10:“es sencillo en su forma de hablar, es como escuchar una plática común. Por eso considero que es bueno” Nivel educativo Consumo del programa dialogo sonsonateco Identificación cultural Uso del habla</p>
--	--

6¿Le gustan los dichos populares?

Indicadores Gratificaciones

Identificación cultural

Uso del habla

Tabla 7

Resumen/ aspectos clave	Frasas notables
Para este apartado sólo surgió una participación, en la cual señaló un miembro del grupo que el uso de estos dichos lo vuelven más entretenido.	Participante 7: “Sí, él ocupa varios, que lo hace distinto a los demás programas que hay disponibles, a veces me dan risa, pero me entretiene” Identificación cultural Uso del habla

7¿Piensan que otro conductor lo haría mejor y por qué?

Indicadores Gratificaciones

Calidad del Programa:

La improvisación si suma o resta

El Guion

La continuidad del programa

Tabla 8

Resumen/ aspectos clave	Frasas notables
<p>El grupo en cuestión tiene simpatía por Moisés Ortiz, el entrevistador de “Diálogo Sonsonateco”.</p> <p>Solamente, esperan de él más preparación en el tema o más investigación del invitado, ya que esto le ayudaría a realizar preguntas más interesantes.</p>	<p>Participante 1:“Quizás cambiarlo no pero, pero yo noto que se ha acomodado a hacerlo siempre de la misma manera y siempre entrevistando a los mismos personajes”</p> <p>Calidad del Programa: La improvisación si afecta o no El guión La continuidad del programa</p> <p>Participante 11:“Tal vez si o tal vez no. Yo más creo que él debería prepararse mejor antes de entrevistar y dar más participación a la audiencia”</p> <p>Calidad del Programa: La improvisación si afecta o no El guión La continuidad del programa</p> <p>Participante 12:“No quisiera que lo cambiaran, sólo le pediría más preparación, pareciera que sólo llegó a hacerlo. Y él debería de investigar bien al invitado para preguntarle cosas interesantes. Quizás le falta obtener de más información”</p> <p>Calidad del Programa: La improvisación si suma o resta El guión La continuidad del programa</p>

8¿Quéle propondrían a Moisés Ortiz?

Indicadores Uso

Perspectiva plural de lo local

Contribución social del programa

Indicadores Gratificaciones

Representación local

Calidad del Programa:

El guión

Tabla 9

Resumen/ aspectos clave	Frases notables
<p>Los jóvenes en cuestión son exigentes a la hora de consumir un programa, se puede denotar un alto interés en que en la producción de “Diálogo Sonsonateco” se agenden temas que tengan que ver con los juventud, además piden propuestas frescas que generen pensamiento crítico.</p> <p>Además de no estar conforme con la superficialidad de un tema, piden que se debata con el invitado de manera más dinámica. Además que ven vacío en temas sobre el medio ambiente y de protección de animales.</p>	<p>Participante 4:“Yo diría más temas de innovación a los jóvenes, temas llamativos, que nos generen pensamiento” Perspectiva plural de lo local Contribución social del programa Calidad del Programa: El guión</p> <p>Participante 7:“Más debate, más temas, un poco más dinámico. Quisiera más apertura a ONGs de protección de animales y la naturaleza.” Perspectiva plural de lo local Contribución social del programa Representación local Calidad del Programa: El guión</p>

9¿Las entrevistas de Moisés Ortiz le han hecho cambiar su modo de ver a un funcionario o a la misma sociedad?

Indicadores Consumo

Nivel educativo

Consumo de programas políticos

Indicadores Uso

Conocimiento de política

Tabla 10

Resumen/ aspectos clave	Frasas notables
<p>Pocos miembros aportaron en este aspecto, y los que lo hicieron tenían conocimientos básicos de cómo los medios tratan de influir en los receptores. Lo cual están consientes que de alguna manera “Diálogo Sonsonateco” los ha influido en la manera de ver a un funcionario público o de cómo funciona la sociedad Sonsonateca.</p>	<p>Participante 7:“La variedad de invitados es buena, porque al menos noto que no sigue una ideología. Creo que si la tuviera nos diéramos cuenta por como él habla y a los invitados que lleva al programa. Parece que sigue una línea, pero se ve que es diferente a los demás programas de entrevistas. Por ello tomo muy en cuenta cuando él opina sobre un entrevistado para formar mi opinión.”</p> <p>Consumo de programas políticos</p> <p>Conocimiento de política</p> <p>Participante 10:“Pues quizás a mi no, porque tuve la oportunidad de estudiar abogacía, pero de alguna manera ha influido en mis opiniones, tal vez no me he dado cuenta. Pero todos los medios eso buscan, influir sobre otros.”</p> <p>Nivel educativo</p> <p>Consumo de programas políticos</p> <p>Conocimiento de política</p>

CAPÍTULO V

5- Análisis

5.1 Análisis de Encuesta.

En la primera etapa de la investigación se utilizó la encuesta como herramienta para recopilar datos. Esto se hizo con el objetivo de seleccionar e invitar a la segunda etapa de la investigación a quienes consumen efectivamente “Diálogo Sonsonateco”⁴³, la cual consistió en un grupo focal que se realizaría posteriormente.

Y con un segundo propósito de conocer los usos y gratificaciones que le dan al programa a grandes rasgos los jóvenes sonsonatecos, con preguntas relacionadas con el consumo de los jóvenes del municipio de medios locales; asimismo, llegar a una aproximación de su participación de la muestra encontrada que consume “Diálogo Sonsonateco” a ser individuos de la sociedad que participan activamente. Y finalmente tener un acercamiento de la relación entre edad, estudio con el consumo de “Diálogo Sonsonateco”.

De esta manera se les preguntó a los jóvenes sonsonatecos si escuchaban medios de comunicación locales⁴⁴ (radio, televisión o prensa escrita de Sonsonate). El resultado fue que de un grupo de 90 encuestados, el 72% respondieron que sí y el 28% dijo que no consumían ninguno de los medios mencionados.

Se infiere que un alto porcentaje de los jóvenes sonsonatecos está siempre buscando informaciones en los medios masivos, y en caso concreto los medios locales son los más consumidos por casi tres cuartas partes de ellos. Pero al interrogar si consumen programas políticos⁴⁵ las respuestas arrojan que el 38% de los participantes contestaron que sí les interesa consumir informaciones políticas y el 62% dijeron no consumir programas de este tipo.

⁴³ Gráfica 5

⁴⁴ Gráfica 1

⁴⁵ Gráfica 2

Puede inferirse la poca atención e interés que tienen más de la mitad de los jóvenes encuestados por conocer la vida política y comunitaria del país, ya que en esta pregunta se engloba los noticieros y programas de entrevistas a nivel nacional.

La siguiente pregunta que se formuló fue con respecto a si consumían radios locales⁴⁶, y las respuestas que se exponen en el resultado proyectaban que el 73% de los participantes escuchan radios locales y un 27% no.

Al analizar esa pregunta en relación con los rangos de edades se pueden dividir los porcentajes de quienes si consumen radios locales y quienes no. Para el primer rango de edad que comprende de 18 a 22 años⁴⁷, el 70 % consumen radios y 30% no. Esto es una relación importante, ya que dicho rango es el que tiene más individuos, un total de 41. El siguiente rango de edades que comprende de 23 a 26 años⁴⁸ presenta un porcentaje similar, de un 75 % que si consumen radios locales versus un 25 % que no. Cabe destacar que los miembros de este rango de edad es de 33 encuestados, o sea el segundo grupo más grande. Finalmente el tercer rango de edades que comprende de 27 a 30 años cambio radicalmente los porcentajes, a pesar que fueron 6 en la muestra, arrojó que un 33 % dijo consumir radios locales y un 66 % dijo que no.

Este cruce de datos nos revela que el consumo de radios locales es muy alto, por lo cual los más jóvenes consumen de manera similar a quienes pertenecen al rango de mayor edad. Se mantiene la tendencia y cambia cuando se explora el grupo de más edad. Sin embargo no se puede omitir que la muestra solo nos dio 6 jóvenes en ese rango de edad, lo que no le da la solidez como el caso de los dos anteriores rangos de edad.

A continuación se les preguntó específicamente si escuchaban Radio Sky⁴⁹, y las respuestas que se vieron en la gráfica indican un porcentaje más equilibrado; por una parte, el 53% de

⁴⁶ Gráfica 3

⁴⁷ Gráfica 4

⁴⁸ Grafica 5

⁴⁹ Grafica 7

los encuestados respondió que sí escucha la radio, y por otro" lado el 47% de los encuestados dijeron no escucharla.

Análisis de los encuestados candidatos para el grupo focal

Con la idea de jerarquizar las preguntas al foco de la investigación, la siguiente pregunta incitó a los encuestados a responder si ellos conocían el Programa “Diálogo Sonsonateco”⁵⁰; en esta pregunta los resultados cambiaron rotundamente; para el caso, el 74.5% de personas dijeron no conocerlo, y 25.5% aseguraron que sí lo conocían y que lo habían escuchado al menos una vez. Lo que pone en manifiesto que son muy pocos los jóvenes que escuchan “Diálogo Sonsonateco”.

La última pregunta que se formuló en la encuesta fue al respecto de si conocían quién era Moisés Ortiz⁵¹, y la tendencia fue similar a la pregunta anterior; esto a pesar de que se esperaba un leve aumento en el porcentaje de gente que conociera al presentador.

Esta deducción se hizo debido a que Ortíz condujo anteriormente dos programas de entrevistas, tales como: “Occidente de cerca” de Telemas (Canal 67) de Sonsonate y “Dialogando con Moisés” de Canal Real (Canal 98 de Tv de Paga) de Santa Ana.

Con respecto a la figura de Ortíz el 80% de los encuestados dijo no conocerlo, y el 20% restantes aseguran conocerlo a través de los medios de comunicación. En resumidas cuentas, se percibe que los jóvenes son un público difícil de atrapar, hay pocos interesados en consumir informaciones políticas del departamento, pero a pesar de ser la minoría, hay un grupo que sí está pendiente de los noticieros y entrevistas que se producen al interior del municipio de Sonsonate.

⁵⁰ Grafica 8

⁵¹ Grafica 9

Al explorar la muestra que serviría para conformar la muestra de la segunda fase de investigación, o sea, los 24 candidatos que serían convocados para formar el grupo focal, se obtuvieron los siguientes resultados.

Al cruzar los rangos de edades⁵², los más jóvenes, que comprendían las edades de 18 a 22 años representaron el 33%; Y los del siguiente rango que va desde los 23 a 26 años integraron el 50%; Y el rango con las edades mayores representaron el 16%.

Esto hace ver una tendencia del crecimiento del primer rango al segundo, en el cual se puede observar que el joven sonsonateco va teniendo mayor interés en el consumo de “Diálogo Sonsonateco” al aumentar su edad. Con respecto al tercer rango de edad no es muy fiable la lectura, puesto que los individuos que pertenecen a este rango son muy escasos.

En cuanto al nivel de estudios⁵³ de los jóvenes analizados se puede observar que la educación media y alta es la predominante, ya que quienes han obtenido un nivel de bachillerato representa un 41.6 % y al sumar quienes han estudiado un técnico con los universitarios se llega a un 50%. Y un porcentaje bajo sólo estudió hasta básica, lo cual hace especular que el nivel académico alto es determinante para que el joven se interese en consumir programas que toquen temas de la realidad política, social y comunitaria del municipio de Sonsonate.

Este dato del nivel académico se refuerza con el interés a seguir estudiando⁵⁴. Ya que el 63 % seleccionó que se encuentra estudiando. Si comparamos ese porcentaje con los porcentajes sumados que actualmente tienen nivel básico, bachillerato y técnico que es de 62.4 %. Es notorio que la muestra de jóvenes están buscando la educación superior. Mientras que el 37 % que no está estudiando se puede presumir que ya tiene el grado universitario, puesto que 37.5 dijo tener título universitario.

⁵² Gráfica 10

⁵³ Gráfica 11

⁵⁴ Gráfica 12

Otro parámetro para poder entender al joven sonsonateco es su participación en los diferentes organismos que buscan el desarrollo de la sociedad, sea a nivel municipal o de país. Para ello se dividió en tres grupos:

Partidos políticos, movimientos civiles o sociales y finalmente las organizaciones sin fines de lucro. Como se demuestra en el vaciado de datos, la participación de los jóvenes que oyen “Diálogo Sonsonateco” es muy baja. Para los partidos políticos⁵⁵ es 37. %.

Ahora bien, para los movimientos sociales o civiles⁵⁶ que no se acuerpan en un partido político es aún más bajo, llegando a un 29 % de estos oyentes. El número va descendiendo cuando se pregunta si participa o es miembro de las organizaciones sin fines de lucro⁵⁷, cayendo a un 16.6 %.

Esto hace presumir que el público joven de “Diálogo Sonsonateco” no está participando activamente en la sociedad. Pero cabe señalar que dentro de esos números pequeños hay jóvenes que si lo hacen, y se podría sospechar que “Diálogo Sonsonateco” alimenta la necesidad de ese grupo por informaciones locales.

⁵⁵ Gráfica 13

⁵⁶ Gráfica 14

⁵⁷ Gráfica 15

5.2 Análisis del Grupo Focal

La segunda etapa de la investigación sirvió para explorar de manera integral los aspectos individuales y colectivos de los jóvenes de: Barrio el Centro, Colonia 14 de Diciembre, Colonia Santa Marta, con respecto a los Usos y Gratificaciones que obtuvieron de “Diálogo Sonsonateco”.

Al grupo focal fueron convocados 24 jóvenes resultantes de la encuesta, pero se hicieron la consumación presentes el día y la hora indicada sólo 16. Se tuvo una asistencia de nueve mujeres y siete hombres, lo cual ubicó a las mujeres como el grupo dominante. Y la más joven de 20 años, seguida de dos de 23 años y dos de 24 años. De 25 años a 28 años se hizo presente una por cada edad.

En el caso de los hombres el más joven fue de 19 años, seguido por uno de 21 años y dos de 22 años. De 23 años se presentó uno y de 24 también sólo uno. Y el mayor fue de 26 años.

Esto permitió obtener la recepción de todos los rangos de edad, asimismo de un número casi igual de hombres y mujeres, dándole a la investigación riqueza al grupo focal por ser variado y numeroso los individuos que consumen “Diálogo Sonsonateco”.

El consumo de medios masivos del grupo focal estudiado es muy heterogéneo, como se ha venido analizando, los jóvenes consumen diversos tipos de medios que van desde los que ellos consideraron serios como “El Faro”, hasta los más populares como el “Más” y “Mi Chero”.

La variedad del grupo permitió entender que el consumo de medios ofrece diversas interpretaciones, usos y gratificaciones; a pesar que los jóvenes habitan en el mismo

municipio, e inclusive algunos de ellos viven en las mismas colonias y tienen condiciones socioeconómicas similares, y además consumen similares medios y productos.

Para efectos de comprender mejor los resultados del grupo focal que se desarrolló, se han dividido los resultados en las categorías de análisis previamente señaladas en la metodología de la investigación, las cuales son las siguientes: recepción, usos y gratificaciones.

Una pregunta básica y con la que se inició la exploración del grupo focal fue, ¿Qué medios consumís y por qué los consumís?⁵⁸ Aquí se obtuvieron respuestas heterogéneas, las cuales en cierta manera se esperaban. Se partió de la premisa que “cada persona tiene su gustos y preferencias, además de tener su manera particular de consumir medios”, pero también ciertos gustos y preferencias en los que coincide la mayoría.

La televisión es la predilecta por parte de los jóvenes del grupo focal, ya que por ser un medio audiovisual es de la preferencia de ellos; en primer lugar para ocio, y en segundo lugar para consumir informaciones políticas. La segunda es la radio, debido a que por su inmediatez y versatilidad puede ser consumida a la vez que los jóvenes realizan otras tareas. Y en tercer lugar los medios escritos, para el caso, el grupo focal dijo consumir textos e imágenes de los periódicos.

También hay que aclarar que todos estos medios poseen redes sociales, a los cuales los jóvenes acuden para ampliar la información recibida, por ejemplo, ver imágenes de una noticia radial, o también oír un audio de las declaraciones de una fuente cualquiera de un medio escrito.

Ahora bien, en el caso concreto del programa “Diálogo Sonsonateco” se puede observar que es el medio que más consumen los jóvenes para ampliar las informaciones locales, pues su formato le permite ser libre y abordar uno o dos temas locales que se desarrollan en la

⁵⁸ Tabla 1

emisión del día, a diferencia de los demás medios locales que los abordan en formato de noticias duras.

Otro punto es la facilidad con la cual los jóvenes receptionan “Diálogo Sonsonateco”, como resultado de su horario de transmisión que corresponde a la franja horaria de 1:00 pm a 2:00 pm de lunes a viernes. La cual resulta idónea para aquellos que vuelven a almorzar a casa a esa hora, así como para aquellos que desde sus lugares de trabajo sintonizan el programa, con el objetivo de satisfacer sus necesidades informativas.

Lo que lleva a resumir que “Diálogo Sonsonateco” es consumido por ese segmento de los jóvenes que no sólo buscan el ocio en los medios, sino que pretenden llenarse de informaciones locales y políticas para crear sus propias opiniones.

Además, la mayoría de los jóvenes que participaron en el grupo focal estudian o trabajan, lo que no les permite tener suficiente tiempo para consumir informaciones a medio día por medio de la televisión o prensa escrita, sin embargo, una gran mayoría ve los noticieros televisivos nocturnos. Algo similar ocurre con las redes sociales, las que por ser versátiles pueden ser consumidas a cualquier hora del día.

Con la pregunta, al respecto de la recepción (entendiéndose como la acción de consumir o ser público de un medio masivo) ¿Cuál es su opinión de los contenidos y el guión de “Diálogo Sonsonateco”, como programa de radio?⁵⁹ Se presentaron respuestas inesperadas, como por ejemplo que los jóvenes buscan el programa para informarse, pero además infieren análisis críticos al contenido de “Diálogo Sonsonateco”.

Uno de los puntos en los que coincidían es que la entrevista en su desarrollo se torna aburrida, esto corresponde a que suelen extenderse mucho en algunos temas, o porque el invitado comienza con un sin fin de propaganda de su actividad políticas.

⁵⁹ Tabla 2

Dicha situación responde a que el tema central de las entrevistas que se realizan en “Diálogo Sonsonateco” se originan de la vida político-social del departamento de Sonsonate. Esta situación vuelve monótono el programa para un público joven que está acostumbrado a consumir variedad. Sin embargo, el grupo focal sostiene estar satisfecho con la programación, les gratifica escuchar entrevistas donde se plantea la vida política-social de la localidad, y están contentos con el sentido de inclusión social al abrir sus micrófonos a personas y organizaciones de distinta índole.

Otra de las ventajas es la empatía informativa del programa con respecto a la población del municipio, lo que hace que se sienta identificada por su sentido local; también el programa invita a jóvenes representantes de las distintas organizaciones, creando así un fuerte lazo de identificación con “Diálogo Sonsonateco” por su apertura participativa, mediante la cual pueden manifestar sus inquietudes e ideas.

Al responder, ¿Qué es lo positivo o negativo que han percibido del programa?⁶⁰ La investigación manifestó los usos y gratificaciones que le dan los jóvenes a “Diálogo Sonsonateco”, con respecto a sus puntos fuertes, así como a las debilidades de éste.

Entre los usos que los jóvenes le dan se puede apreciar que es un programa en el cual van a poder informarse de fuentes que no son siempre las tradicionales, como alcaldes, concejales, diputados o líderes político-partidarios; sino que pueden obtener información de líderes sindicales o de representantes de Ong’s, ya sean organizaciones grandes y con mucha trayectoria o grupos pequeños con poco tiempo de creación.

Entre los puntos desfavorables de la recepción que los jóvenes destacan, por un lado, se puede mencionar que al público joven lo cansa la demasiada libertad que el conductor le da al invitado, ya que hay temas que no son de interés para los jóvenes. Por otro lado, aquellos entrevistados que no manejan un buen discurso o desconocen del tema, también le desagradan.

⁶⁰ Tabla 3 y 4

Dentro de los usos que le dieron al programa, los jóvenes manifestaban que éste podría mejorar en varios aspectos. Los jóvenes mencionaron que en algunas ocasiones la entrevista no se llevaba a cabo, y que si bien es cierto, que ellos comprendieron que se debía a dificultades técnicas o porque el invitado no podía asistir, igualmente estos hechos ocurrían por la poca seriedad del programa y su reincidencia en ser irresponsables.

Igualmente los jóvenes del grupo focal fueron críticos en señalar la monotonía de los comerciales del programa. Ellos insistían en decir que los programan y los transmiten siempre en un mismo orden, y que el que se encarga de la publicidad no repara en actualizarla, a tal punto que hacen un uso excesivo al pasar hasta tres veces la misma pauta en un mismo programa. Además expresaron que el hecho de tener siempre al mismo locutor y un mismo estilo de redacción en la pauta comercial, le restaba interés al programa o deseos de volver a consumirlo.

Entre las valoraciones que expresaron los jóvenes del grupo focal, uno de ellos señaló que desearía que la radio abordara temas de interés social, es decir, el joven apuntó a que el conductor sea más crítico, que haga preguntas que profundicen en las problemáticas sociales del departamento.

Con lo anterior se puede hacer una radiografía de la recepción que los jóvenes analizados que viven en Sonsonate le dan al programa, y los resultados son que un número pequeño, pero siempre presente de jóvenes están interesados en la búsqueda de soluciones a los problemas sociales, e intuyen que las radios, los canales de televisión, los periódicos, así como los medios digitales son una importante plataforma de comunicación a través de la cual se puede mantener correctamente informada a la sociedad, con el objetivo de buscar las soluciones a las distintas problemáticas.

Se puede destacar que uno de los usos que los jóvenes le dan al programa “Diálogo Sonsonateco”, está enfocado en obtener información al respecto de la vida política del departamento. Este hecho dio pie a que se intentara conocer la apreciación que los jóvenes

tenían con respecto a la posibilidad de estar recibiendo algún tipo de influencia por parte del programa.

Por ello se les formuló la siguiente pregunta: ¿Consideran ustedes que el programa tiene una tendencia ideológica y/o puede hacer que cambie su visión de la sociedad y de la política misma, o la vida cultural de Sonsonate?⁶¹

A lo cual la mayoría del grupo focal dijo que “Diálogo Sonsonateco” no tiene ninguna tendencia ideológica, de hecho, uno de los motivos por el que ellos le adjudican esta cualidad es la amplia variedad de invitados, quienes hablan de todo tipo de temáticas y no responden exclusivamente a partidos políticos.

Otro parámetro para poder analizar el consumo de “Diálogo Sonsonateco” es la manera en que el conductor formula las preguntas, esto hace que el individuo que consume el programa no logre identificar si favorece a cierta ideología o partido político en concreto. Por consecuencia el público le da credibilidad al programa, y se puede denotar que la audiencia lo usa para construir sus opiniones e ideas propias del tema que estén abordando.

No menos importante a tomar en cuenta es el hecho de que la propaganda que transmite “Diálogo Sonsonateco”, posee pautas publicitarias de casi todos los partidos políticos, sean de los diputados o los alcaldes del departamento, lo cual transmite la percepción que el programa es libre y sin censura.

Las gratificaciones al respecto del programa están determinada por la manera sencilla en que Moisés Ortíz lo conduce⁶². El lenguaje sencillo que Ortíz utiliza y las expresiones populares muy a tono⁶³ de los sonsonatecos, hacen que el programa genere empatía con la audiencia del municipio.

⁶¹ Tabla 5

⁶² Tabla 6

⁶³ Tabla 7

Otra de las gratificaciones que los jóvenes obtienen del programa es que el conductor también entrevista a personas de diferente nivel de formación académica, lo cual hace que el conductor tenga la habilidad de adaptarse a los diferentes invitados; además esa misma sintonía que genera con la audiencia les despierta interés para que ellos de manera personal consuman política.

Además los jóvenes consideraron que la personalidad de Ortíz, su manera popular de hablar, los temas que desarrolla, las valoraciones al respecto siempre con sentido crítico, y la apertura a todo tipo de entidades y personas de los diferentes sectores sociales, es una gratificación que los jóvenes estiman importante.

Con respecto a los puntos débiles del entrevistador⁶⁴, los jóvenes perciben que no suele prepararse lo suficiente, lo que supone que ellos no sólo escuchan el programa, sino que son una audiencia activa que emite opiniones.

Entre las que destacan se puede mencionar que los jóvenes insisten que en la producción de “Diálogo Sonsonateco” también deberían de agendarse temas que tengan que ver con la juventud y además piden propuestas frescas que generen pensamiento crítico.

Con respecto a la influencia que puede ejercer “Diálogo Sonsonateco” a los jóvenes del municipio, el grupo focal dijo tener conocimientos básicos de cómo el programa y los demás medios intentan influir en los receptores. Sin embargo, los jóvenes creen que el programa “Diálogo Sonsonateco” ha influido sobre los receptores con respecto a la manera en que deben ver la sociedad y sus actores.⁶⁵

⁶⁴ Tabla 8 y 9

⁶⁵ Tabla 10

Conclusiones.

Usos

- La recepción que los jóvenes del grupo focal le dieron al programa “Diálogo Sonsonateco” es de carácter heterogéneo; a pesar que la mayoría de ellos coinciden en que tienen preferencia por los contenidos de ocio y entretenimiento en la televisión, mostrando poco interés por el acontecer político. Según se observa en la tabla 1 y la gráfica 2 un 62% de los encuestados no consumen programas políticos nacionales ni locales.
- Por la franja horaria de transmisión que comprende de 1:00 pm a 2:00 pm del programa radial “Diálogo Sonsonateco”, brinda la posibilidad al público joven de Sonsonate a escucharlo mientras realiza otras actividades.
- Gracias al programa un significativo número de jóvenes sonsonatecos logra satisfacer sus preferencias informativas, tanto políticas, sociales como culturales. Según el resultado del estudio del grupo focal demostró que estos consumen el programa para luego usar esa información para estar al tanto de la realidad social del municipio de Sonsonate.

Gratificaciones

- El medio de comunicación predilecto de los jóvenes es la televisión; sin embargo, también hay en ellos una necesidad considerable por los contenidos escritos y radiales, entre ellos “Diálogo Sonsonateco” presentado en las frases de interés contenidas en la tabla 1.
- “Diálogo Sonsonateco” como producto del municipio de Sonsonate genera una relación de proximidad o cercanía con los jóvenes de la zona. Existe una empatía directa entre los radioescuchas y el programa, que responde a la búsqueda de

representar los distintos sectores de la sociedad del municipio representado en el vaciado del grupo focal, Tablas 1, 2, 4 y 6

- Los jóvenes se sienten gratificados con la conducción de Moisés Ortiz, principalmente cuando coinciden con los puntos de vista que algunos invitados plantean con respecto a la realidad del municipio, creando así empatía entre ellos y los conductores.
- La jerga de Moisés Ortiz permite que los jóvenes disfruten el programa, permitiendo que esto atrape al público, lo cual aumenta las posibilidades de que lo vuelvan a consumir regularmente.
- Existe una audiencia más exigente que expone su inconformidad por el abuso publicitario y propagandístico, la cual al no sentirse gratificada deja de oír el programa suplantándolo por otro programa radial u otro medio que si lo satisfaga.

De la recepción

- Según la muestra de 90 personas tomadas para este estudio se puede inferir que hay un considerable número de jóvenes que desconocen el programa “Diálogo Sonsonateco”, casi un 75% desconocen su existencia, o no lo escuchan, o ni siquiera saben quién es Moisés Ortiz el cual aumentó un 80%.
- Se puso de manifiesto que el joven sonsonateco va teniendo mayor interés en el consumo de “Diálogo Sonsonateco” al aumentar su edad, como lo demostró el creciente número de escuchas en relación con el rango de edad mayor. La encuesta arrojó que los jóvenes que participaron en la primera fase de investigación tienen estudios superiores o están en proceso para obtenerlos, y se observa en las gráficas 10, 11 y 12.

- En dicho estudio concluimos que la muestra para la encuesta el público joven de “Diálogo Sonsonateco” no está participando activamente en la sociedad. El porcentaje de su participación o en partidos políticos, movimientos sociales y organizaciones sin fines de lucro es bajo, como lo revelan las gráficas 13, 14 y 15.
- Se concluye que los jóvenes estudiados que escuchan “Diálogo Sonsonateco”, califican al programa como un espacio plural y democrático, debido a que se da apertura a diferentes tipos de invitados, sin importar su ideología.

De las investigaciones

- La encuesta, que fue diseñada con el objetivo de aislar la muestra que serviría para el grupo focal, reveló informaciones de cómo es la visión de los jóvenes sonsonatecos de la sociedad y cómo estos se desenvuelva en ella, información vaciados en las gráficas resultantes de la encuesta.
- El presente estudio tiene escasos antecedentes investigativos con respecto a los estudios de recepción, los cuales se encuentran en la Universidad de El Salvador (UES) y en la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA), ambas sedes en San Salvador, siendo la UES, la única en tener además un estudio de recepción al interior del país. Las universidades privadas de Sonsonate sólo tienen estudios de medios y estudios de mensajes.

Del Programa

- En cuanto a la sostenibilidad del programa en el tiempo, “Diálogo Sonsonateco” se ha vuelto poco atractivo, debido a que reinciden en las temáticas que abordan, además de la repetición frecuente de invitados.

- La audiencia estudiada es activa, puesto que uno de los puntos en el cual la mayoría de los jóvenes coincidieron fue en haber señalado que hay poca iniciativa del presentador en la preparación de los temas y/o las situaciones de la cual va a hablar.
- La calidad del audio y la señal, son algunos de los puntos débiles que los jóvenes destacaron que se deberían mejorar.
- Los programas periodísticos que se producen en Sonsonate carecen de contenidos de calidad y no gozan del aprecio popular en cuanto al servicio técnico que brindan.

Recomendaciones

A “Diálogo Sonsonateco”:

- Impulsar a los generadores de contenidos televisivos, radiales o escritos a crear espacios que tomen en cuenta la proximidad de su público juvenil interior de los municipios del país, para satisfacer la demanda de contenidos locales de esto.
- Debido a la importancia de los contenidos de ocio y entretenimiento que los jóvenes buscan en el programa, sus conductores deberían preocuparse para aprovechar esa plataforma informativa con la cual puedan ofrecer productos calificados que generen interés por el acontecer político en la juventud del municipio de Sonsonate.
- Debido a que el medio de comunicación predilecto de los jóvenes es la televisión, el reto de programas radiales como “Diálogo Sonsonateco”, es atraer ese público renuente y a la vez seguir siendo atractivo.
- Convendría que “Diálogo Sonsonateco” tuviera un noticiero para que pueda informar a la población del municipio sobre los hechos que acontecen a diario, con el propósito de enlazarlos con la mística de la entrevistas y sus invitados.
- Con el fin de no perder el atractivo entre los jóvenes del municipio de Sonsonate el programa debe mejorar la realización de los guiones de trabajo y depurar la destreza para la realización de las entrevista. Los jóvenes entrevistados consideran que los medios de comunicación en cada uno de sus programas debe apelar a una interacción inclusiva con todos los sectores.
- El programa debe ser responsable en la importancia de la continuidad y responsabilidad horaria.

- Deberían mejorar las pautas publicitarias en el sentido de variar sus contenidos, y de igual manera diversificar las voces en off, para no reincidir siempre en la misma. Esto con el propósito de no cansar al oyente con la monotonía, ya que al ser este activo podría dejar de consumirlo, así el productor del programa procurará retener al público joven.
- Una de las demandas que los jóvenes hicieron fue que el programa debe ser enfático en velar por los intereses que beneficien a la población en general.
- Los programas y los medios de comunicación locales y nacionales deben realizar estudios de manera periódica de sus públicos, para conocer el uso y gratificación, además de la recepción que el consumidor hace para de satisfacer sus necesidades de consumo.
- Crear alianzas con empresarios de mass media nacionales con el objetivo de atraer inversión para mejorar la calidad técnica y de contenido en los medios locales, también profesionalizar la práctica periodística con el fin de mantener el reducido número de receptores, a la vez atraer más público joven.

A las universidades del país:

- Instar a las universidades del país a investigar todos los niveles de recepción, (en tanto cualitativos y cuantitativos) como respuesta a los distintos medios de comunicación.
- Profundizar en el estudio de recepción de los demás municipios de Sonsonate, así como en los diferentes departamentos de El Salvador para llegar a una mejor comprensión de los receptores de los medios de comunicación, ya que estos ayudan a conocer a la sociedad salvadoreña.

- Realizar estudios de recepción en niños y adolescentes, con el objetivo de tener una mejor comprensión de estos, ya que son los futuros ciudadanos que le dará forma a la sociedad salvadoreña.

FUENTES CONSULTADAS

Libros

Asociación Oaxaqueña de psicología (2008)“La Adolescencia y la Juventud como etapas del desarrollo de la personalidad”. Pág. 69-76 Vol 4. N° 1

CEA Wilfredo. (2015) “Sonsonate, su Historia y tradiciones“. El Salvador, Edición 2015, Pág. 147, 145

COROMINAS, Maria (2001) “Los Estudios de Recepción” Universidad Autónoma de Barcelona

HERRERO , Carmen.(2005)“MUJER Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN: RIESGOS PARA LA SALUD” Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla Pág. 16.

Informe sobre Desarrollo Humano El Salvador, 2010, El Salvador, Pág. 390, 377.

Instituto de Opinión Pública (IUDOP): ”Encuesta nacional de juventud” 2009, Encuesta, Pag: 13

JENSEN, Klaus Bruhn; Jankowski, Nicholas. (1993)“Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas”. Bosch Casa Editorial, Barcelona, España. Pág: 97.

ENSEN BRUHN, Klaus. (1995) "The Social Semiotics of Mass Communication” Editorial Sage

Katz, Gurevitch y Haas. (1973) "On the Use of the Mass Media for Important Things", Pág. 32,7.

KLAUSs, Bruhn Jensen (2014)”La recepción de los medios: Tradiciones cualitativas “Publication: Research - peer-review › Book chapter Presentation Citation formats Klaus Bruhn Jensen Original language Spanish Title of host publication La comunicación y los medios : Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa”. Pág 21 Place of Publication Mexico Publisher Fondo de Cultura Económica Publication date 2014 Pages 273-293 ISBN (print) 978-607-16-2413-0

LOZANO y Frankenberg, “Lagunas e Insuficiencia en la Investigación Critica Latinoamericana en el campo de la Comunicación de Masas” Pág. 83

MATUS, G. & Molina, F. (2006)“Metodología cualitativa: un aporte de la Sociología para investigar Bibliotecología”. Valparaíso, Universidad de Playa Ancha.

MORAGAS, de M. (1993). “Sociología de la comunicación de masas: II Estructura, funciones y efectos”. (3.er ed). México: Ediciones G. Gili.

Tesis

CASTANEDA, Araujo y Fredman Adonay (1997) “Recepción de Radio en el sector Femenino”. Tesis de Licenciatura, Universidad de El Salvador.

DIAZ, W (1997) “La recepción de telenoticieros de El Salvador, en el área Metropolitana de San Salvador” Tesis.

FIGUEROA, Mario Alexander. (2014) “Precepción de Estudiantes de licenciatura en Comunicaciones de la UNAB, sobre a incidencia del periodismo radiofónico en Sonsonate”UNAB. Pág. 59, 40-43, 56

NAVAS, Jose. (2007)“Influencia de los medios de comunicación en la promoción de una cultura respetuosa de los derechos humanos en la ciudad de Sonsonate”. Universidad doctor Andrés Bello. Tesis Pag: 27, 29, 52

SOLANO Sosa, José Alejandro. “El impacto de los medios de comunicación colectiva en los valores, actitudes y el comportamiento de la adolescencia en Costa Rica” Programa Atención Integral de la Adolescencia, <http://www.binasss.sa.cr/revistas/ays/1n1/0002.html>

Revistas

PÉREZ, Roberto. (2013) “ESTRUCTURA DE LA RADIODIFUSIÓN SALVADOREÑA”, Revista Universidad. Pág:17, 24.

Enciclopedias

CONTEXTO, Wikipedia la enciclopedia libre. Consultado el 29 de Enero de 2017 en

<https://es.wikipedia.org/wiki/Contexto>

UTILIDAD, Definicion.de, Consultado el 29 de Enero de 2017 en

<http://definicion.de/utilidad/>

Trabajos Universitarios

CASTILLO, Victor. (2011) “Censo de Radios a Nivel Nacional” Trabajo de cátedra de Presentación de Radio y Televisión Consultado el 29 de Enero de 2017 en <https://es.scribd.com/document/337557601/Censo-de-Radios-a-Nivel-Nacional-Para-El-Departamento-de-Sonsonate>

SIERRA Caballero, Francisco. "Usos y Gratificaciones" Departamento de Periodismo 1 (2004) Pagina 59 Consultado el 29 de Enero de 2017 en http://www.compoliticas.org/grado/images/stories/fundamentos_teoria_periodismo.pdf

Fuentes Online

Páginas Web

El Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), Madrid, España Consultado el 29 de Enero de 2017 en http://www.cis.es/cis/opencms/ES/1_encuestas/ComoSeHacen/queesunaencuesta.html

Libros

Definición: Jóvenes adultos, Escala de edades en la adolescencia y la juventud. OMS (2000). La salud de los jóvenes: un desafío para la sociedad, 2000, Informe Salud para todos en el año 2000 Consultado el 29 de Enero de 2017 en <https://es.wikipedia.org/wiki/Juventud>

ROMO M., & Catillo, C.(2002), "Metodología de las Ciencias Sociales aplicadas al estudio de la nutrición, en Revista Chilena de Nutrición, 29 (1), consultada el 03 de marzo de 2016 en http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-5182002000100003&script=sci_arttext

Revistas

DE LA ESCUELA DE FRANKFURT A LA RECEPCIÓN ACTIVA Daniel Guadalupe Alcocer Cruz. RAZÓN Y PALABRA

Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación Consultado el 29 de Enero de 2017 en www.razonypalabra.org.mx/http://www.razonypalabra.org.mx/N/N82/V82/13_Alcocer_V82.pdf

ELIHU Katz, Jay G. Blumer y Michael Gurevitch, La comunicación Humana, Teorías de Comunicación, EDISON OTELO BELLO (1997) Santiago de Chile. Editorial Universitaria Consultado el 29 de Enero de 2017 en <https://lacomunicacionhumana.wordpress.com/2009/12/17/usos-y-gratificaciones-de-la-comunicacion-de-masas/>

Francisco Varela y las ciencias cognitivas. Revista chilena de neuro-psiquiatría. Consultado el 29 de Enero de 2017 en http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-92272001000400004&script=sci_arttext&tlng=e

VARELA Mejía José Ignacio, La dura realidad: Usos y Gratificaciones aplicada a los "Reality Shows". RAZÓN Y PALABRA

Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación Consultado el 29 de Enero de 2017 en, http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n24/24_jvarela.html

ANEXOS

Muestras del instrumento

Encuesta

<p>Universidad de El Salvador</p> <p>Facultad de Ciencias y Humanidades</p> <p>Departamento de Periodismo</p> <p>Objetivo: Sondear el consumo de medios entre jóvenes sonsonatecos residentes en el casco urbano</p> <p>Indicaciones: Marque con una "X" el espacio que concuerda con usted. Use bolígrafo.</p> <p>Tiempo: 5 Minutos</p> <p>-Edad</p> <p>18-22 ____ 23-26 ____ 27-30 ____</p> <p>-¿Pertenece o participa en algún instituto político?</p> <p>Si: ____ No: ____</p> <p>- ¿Pertenece o participa en un movimiento civil o ciudadano?</p> <p>Si: ____ No: ____</p> <p>- ¿Pertenece a o participa en una ONG?</p> <p>Si: ____ No: ____</p>

- ¿Estudia?

Si: ____ No: ____

-¿Cuál es su grado Académico?

Básico: ____ Bachillerato: ____ Técnico: ____ Universitario: ____

-¿Consume medios locales? (Radio, televisión o prensa escrita de Sonsonate)

Si: ____ No: ____

-¿Consume programas políticos?

Si: ____ No: ____

-¿Escucha radios locales?

Si: ____ No: ____

-¿Escucha la Radio Sky?

Si: ____ No: ____

-¿Conoce Diálogo Sonsonateco?

Si: ____ No: ____

-¿Sabe quién es Moisés Ortiz?

Si: ____ No: ____

Cuestionario del grupo Focal

Focus Group (FG)

Esta investigación se propone delinear y adaptar la herramienta cualitativa del Focus Group (FG), con la intención de obtener información en profundidad, la cual será valiosa e instruirá sobre el concepto que tienen los jóvenes al respecto de Diálogo Sonsonateco. Si dicho programa incide o no en la población en general, y/o principalmente en la población juvenil, no es el tema en cuestión, sino que se pretende ver que apreciación le da la muestra elegida a dicho programa.

En primer lugar como parte de la dinámica del Focus Group que se llevará a cabo, se abordarán aspectos relacionados con el perfil de los participantes, contextos, edades, la razón de sus decisiones académicas, aspiraciones, y metas; en segundo lugar se apuntará al meollo de la investigación, y será respecto al conocimiento que tienen del programa radial, Diálogo Sonsonateco.

La técnica FG será realizada por un moderador, el cual es parte del grupo que está realizando la investigación. El mismo se encargará de liderar el planteamiento de las preguntas que previamente han sido diseñadas, este desarrollo se ejercerá a partir de las reglas a tener en cuenta para el buen desarrollo de la sesión.

Las reglas pautadas son las siguientes:

- Todos deberán respetar cuando algunos de sus compañeros tiene el turno para tomar la palabra, sin interrumpir.
- Se grabará la sesión en audio o video digital para garantizar que se anotan todos los comentarios.

Todos los puntos de vista son importantes para el debate.

- Tiempo de intervención individual: A discreción del moderador

Preguntas para el Focus Group. Primero se comenzará con una especie de lobby, el cual se hace con la idea de que los participantes logren distenderse. Esta parte se realizará con el grupo completo de participantes. Luego se harán grupos de 5 a 7 personas, con los que se completará la técnica del FG.

-Lobby-

- 1) ¿Qué medio de comunicación es el de su preferencia –prensa, radio o tv-
- 2) ¿Pertenece a una organización política?
- 3) ¿Pertenece a una ONG?

Focus Group

- 1) ¿Consumen medios locales? Si no, ¿cuáles otros?
- 2) ¿Escuchan programas políticos? Si no, ¿cuáles otros?
- 3) ¿Cuál es la razón por la que escucha radio?
- 4) ¿Escuchan radios locales?
- 5) ¿Escuchan la Radio Sky?
- 6) ¿Conocen el programa Diálogo Sonsonateco?
- 7) ¿Qué opinión tienen de la programación de Diálogo Sonsonateco?
- 8) ¿Qué aspectos de Diálogo Sonsonateco les gusta o prefieren?
- 9) ¿Qué aspectos de Diálogo Sonsonateco no les gusta?
- 10) ¿Qué análisis hacen de Diálogo Sonsonateco?
- 11) ¿Según su opinión, el programa tiene una tendencia ideológica?
- 12) ¿Creen que el programa debería mejorar su contenido?
- 13) ¿Qué contenidos tomarían en cuenta para mejorar el programa?
- 14) ¿Consideran que otro presentador lo haría mejor?
- 15) ¿Es de su agrado la jerga de Moisés Ortiz o de los invitados? ¿O la forma en cómo construye el discurso... El uso de palabras y expresiones populares? ¿Es de su agrado el timbre y tono de voz?
- 16) ¿Les influiría el discurso de Moisés Ortiz en su ideología, creencias o formas de ver la sociedad?
- 17) ¿Según ustedes el programa suple las necesidades de opinión pública de la población?
- 18) ¿Conocen el nombre de otro programa político de Sonsonate (radio, tv)

Transcripción del Grupo Focal

Participante 1: Katia Cortez Edad: 20 años
1 ¿Qué medios consumís y por qué los consumís? -A mí casi la tele no me queda tiempo de verla, más que todos las redes sociales. En las redes sociales me gusta mucho El Blog porque toman buenas fotografías, y la forma en que escriben notas de los artistas. Entonces más que todas las redes sociales y la radio, más que todo escucho mucha radio, bastante los programas de Sonsonate.
2 Nosotros estamos tratando de descubrir cuál es la recepción, entendiendo como recepción la acción de consumir o ser público de un medio masivo. ¿Cuál es su opinión de los contenidos y el guión de Diálogo Sonsonateco, como programa de radio? Algo particular que hayan visto en otros programas locales o nacionales? -En particular, lo veo igual. Pero sí veo que hay mucha propaganda de todas las alcaldías. Quizás eso.
3 ¿Qué es lo positivo o negativo que ha percibido del programa?
4 ¿Considera que tiene una tendencia ideológica el programa o puede hacer que cambie su visión de la sociedad y de la política misma, o la vida cultural de Sonsonate?
5 ¿Le gusta el lenguaje que utiliza?
6 ¿Le gustan los dichos populares?
7 ¿Piensan que otro conductor lo haría mejor y por qué? -Quizás cambiarlo no pero, pero yo noto que se ha acomodado a hacerlo siempre de la misma manera y siempre entrevistando a los mismos personajes. Quisiera más frescura en sus programas, que se detuviera a platicar con un joven para que le dé ideas o que escuche las que le han dicho.
8 ¿Qué le propondrían a Moisés Ortiz?
9 Las entrevistas de Moisés Ortiz le han hecho cambiar su modo de ver a un funcionario o a la misma sociedad?

<p>Participante 2: Fernanda Najo Edad: 21 años</p>
<p>1 ¿Qué medios consumís y por qué los consumís?</p> <p>-Lo que más consumo es televisión y redes sociales. Facebook? No Facebook no me gusta, casi sólo Twitter. Ahí tiran completo las actualizaciones según cada página que usted sigue. Y de televisión ¿cuáles son los programas que más ves? Con mi papá veo bastante el canal Telesur y canal Seis si es de noticias. Novelas? Ajá.</p>
<p>2 Nosotros estamos tratando de descubrir cuál es la recepción, entendiendo como recepción la acción de consumir o ser publico de un medio masivo. ¿Cuál es su opinión de los contenidos y el guión de Diálogo Sonsonateco, como programa de radio?</p>
<p>3 ¿Qué es lo positivo o negativo que ha percibido del programa?</p>
<p>4 ¿Considera que tiene una tendencia ideológica el programa o puede hacer que cambie su visión de la sociedad y de la política misma, o la vida cultural de Sonsonate?</p> <p>-Considero que no, ya que en el programa sacan publicidad de diferentes alcaldes y diputados de diferentes partidos políticos. Sacaron comerciales de alcaldías del Frente y de la diputada de Arena. Entonces tratan de equilibrarse. Por eso me gusta. Y si el programa tuviera una tendencia ideológica en la entrevista el conductor hiciera más preguntas incómodas y fuera más críticos con ellos, en cambio es bien flexible no importando de qué partido político es su invitado.</p>
<p>5 ¿Le gusta el lenguaje que utiliza?</p>
<p>6 ¿Le gustan los dichos populares?</p>
<p>7 ¿Piensa que otro conductor lo haría mejor y por qué?</p>
<p>8 ¿Qué le propondrían a Moisés Ortiz?</p>
<p>9 ¿Las entrevistas de Moisés Ortiz le han hecho cambiar su modo de ver a un funcionario o a la misma sociedad?</p>

<p>Participante 3: Alejandro Cabrera Edad: 22 años</p>
<p>1 ¿Qué medios consumís y por qué los consumís?</p> <p>-Yo veo televisión y noticias más que todo en las noches porque me queda más tiempo de ver las noticias. Las del canal 4, 6 y las del 21. Y también las redes sociales, si uno sigue las páginas de Facebook ahí nos están actualizando rápido, al igual que en Twitter.</p>
<p>2 Nosotros estamos tratando de descubrir cuál es la recepción, entendiendo como recepción la acción de consumir o ser público de un medio masivo. ¿Cuál es su opinión de los contenidos y el guión de Diálogo sonsonateco, como programa de radio?</p>
<p>3 ¿Qué es lo positivo o negativo que ha percibido del programa?</p> <p>-En mi opinión, Don Moisés Ortiz no es perfecto, yo diría que le hace falta más temas viscerales de las problemáticas del departamento, en fin cosas así. Los invitados que lleva siempre quieren llevar agua para su propio molino. Y esas preguntas no me llevan a una acción. Yo a veces lo escucho, pero cuando no hallo nada interesante prefiero cambiar la emisora a otra cosa. Otro tipo de medio.</p> <p>Siento que los medios locales son muy viscerales, los programas informativos casi no crean una movilización y esa es mi opinión. Hay veces sacan cosas de las fiestas patronales de Nahuizalco, Sonzacate y yo soy de Sonsonate, a mí qué me importan esas fiestas.</p> <p>Tienen que mejorar y descubrir cuáles son las problemáticas importantes del departamento, que en verdad le interesa a la gente de Sonsonate. Creo que les hace falta un estudio Marketing del mercado para que más gente lo oiga. Por eso ya casi no lo escucho frecuentemente. Si te pusieran a elegir entre Diálogo Sonsonateco y otro programa cual elegirías? Pues últimamente me estoy informando más en los medios nacionales y he dejado a un lado Diálogo Sonsonateco. Yo me inclino más a estos porque siento que me ayudan más.</p>
<p>4 ¿Considera que tiene una tendencia ideológica el programa o puede hacer que cambie su visión de la sociedad y de la política misma, o la vida cultural de Sonsonate?</p>
<p>5 ¿Le gusta el lenguaje que utiliza?</p>
<p>6 ¿Le gustan los dichos populares?</p>
<p>7 ¿Piensa que otro conductor lo haría mejor y por qué?</p>
<p>8 ¿Qué le propondrían a Moisés Ortiz?</p>
<p>9 ¿Las entrevistas de Moisés Ortiz le han hecho cambiar su modo de ver a un funcionario o a la misma sociedad?</p>

<p>Participante 4: Gabriel Torres Edad: 22 años</p>
<p>1 ¿Qué medios consumís y por qué los consumís?</p> <p>-Yo la televisión y Mi Chero. Ahora leo La Prensa Gráfica, y la televisión porque en la mañana TCS y en la Noche canal 6. Y a lo largo del día oigo la radio Sky.</p>
<p>2 Nosotros estamos tratando de descubrir cuál es la recepción, entendiendo como recepción la acción de consumir o ser público de un medio masivo. ¿Cuál es su opinión de los contenidos y el guión de Diálogo Sonsonateco, como programa de radio?</p>
<p>3 ¿Qué es lo positivo o negativo que ha percibido del programa?</p> <p>-Quizás podría ser que de vez en cuando invitan a las asociaciones u ONG´s y es interesante oír los planes de éstas. Porque hablan de cómo ayudan al prójimo. En lo personal desconocía que estuvieran ese tipo de organizaciones, y en lo personal ocupan bien el espacio y tienen buena apertura. Sus debilidades o las cosas que deben mejorar Moisés Ortiz es llevar una especie de guión podría decirsele. Creo que todo lo hace muy inventado.</p>
<p>4 ¿Considera que tiene una tendencia ideológica el programa o puede hacer que cambie su visión de la sociedad y de la política misma, o la vida cultural de Sonsonate?</p>
<p>5 ¿Le gusta el lenguaje que utiliza?</p>
<p>6 ¿Le gustan los dichos populares?</p>
<p>7 ¿Piensa que otro conductor lo haría mejor y por qué?</p>
<p>8 ¿Qué le propusieran a Moisés Ortiz?</p> <p>-Yo diría más temas de innovación a los jóvenes, temas llamativos, que nos generen pensamiento. ¿Cree que está muy dirigido a adultos? No creo, siento que ni para adultos, yo creo que sólo buscan beneficiar los intereses de los entrevistados.</p>
<p>9 ¿Las entrevistas de Moisés Ortiz le han hecho cambiar su modo de ver a un funcionario o a la misma sociedad?</p>

<p>Participante 5: Eliseo Guzmán Edad: 23 años</p>
<p>1 ¿Qué medios consumís y por qué los consumís?</p> <p>-Yo más que todo en internet me informo y en radio. La televisión casi no me gusta.</p>
<p>2 Nosotros estamos tratando de descubrir cuál es la recepción, entendiendo como recepción la acción de consumir o ser público de un medio masivo. ¿Cuál es su opinión de los contenidos y el guión de Diálogo Sonsonateco, como programa de radio?</p>
<p>3 ¿Qué es lo positivo o negativo que ha percibido del programa?</p>
<p>4 ¿Considera que tiene una tendencia ideológica el programa o puede hacer que cambie su visión de la sociedad y de la política misma, o la vida cultural de Sonsonate?</p>
<p>5 ¿Le gusta el lenguaje que utiliza?</p>
<p>6 ¿Le gustan los dichos populares?</p>
<p>7 ¿Piensa que otro conductor lo haría mejor y por qué?</p>
<p>8 ¿Qué le propondrían a Moisés Ortiz?</p>
<p>9 ¿Las entrevistas de Moisés Ortiz le han hecho cambiar su modo de ver a un funcionario o a la misma sociedad?</p>

Participante 6: Eloísa Navarrete

Edad: 23 años

1 ¿Qué medios consumís y por qué los consumís?

La televisión más que todo, la radio es bastante poco por falta de tiempo y leer periódicos nada. Pero las redes sociales sí. Más que todo por mi trabajo.

2 Nosotros estamos tratando de descubrir cuál es la recepción, entendiendo como recepción la acción de consumir o ser público de un medio masivo. ¿Cuál es su opinión de los contenidos y el guión de Diálogo Sonsonateco, como programa de radio?

3 ¿Qué es lo positivo o negativo que ha percibido del programa?

4 ¿Considera que tiene una tendencia ideológica el programa o puede hacer que cambie su visión de la sociedad y de la política misma, o la vida cultural de Sonsonate?

5 ¿Le gusta el lenguaje que utiliza?

6 ¿Le gustan los dichos populares?

7 ¿Piensa que otro conductor lo haría mejor y por qué?

8 ¿Qué le propondrían a Moisés Ortiz?

9 ¿Las entrevistas de Moisés Ortiz le han hecho cambiar su modo de ver a un funcionario o a la misma sociedad?

Participante 7: Vanesa Vargas

Edad: 24 años

1 ¿Qué medios consumís y por qué los consumís?

Yo más que todo televisión y en la web. Cuatro Visión y el canal 21. Y en la web más que todo El Faro y La Página, y algunas veces la de Diálogo Sonsonateco para las informaciones locales y de pason El Blog.

2 Nosotros estamos tratando de descubrir cuál es la recepción, entendiendo como recepción la acción de consumir o ser público de un medio masivo. ¿Cuál es su opinión de los contenidos y el guión de Diálogo Sonsonateco, como programa de radio?

-En lo personal me llama la atención que hay veces que anuncian el programa nunca lo ponen, y creo que si el presentador no puede llegar deberían tener un plan de respaldo. Había veces que ponían que escucháramos Diálogo Sonsonateco. Y creo que la radio debería dar un comunicado. Otra cosa es que cada vez que hacen cortes de entrevista a comerciales empezaban con los anuncios repetidos de la diputada Silvia Astorga que de Nahuizalco no sé qué, que el de Sonzacate... o sea, lo mismo y pienso que es molesto que no tengan más variedad en los comerciales que yo siento que hasta la canción me puedo ya.

En cuanto a las preguntas, siento que el conductor no tiene preguntas preparadas porque así como nosotros que estamos hablando aquí, usted me hace una pregunta de lo que ya estamos hablando, pero si tiene preguntas de relleno que ya las tiene preestablecidas.

Pero sí, lo malo que sólo son entrevistas a alcaldes: de sus programas de fiestas patronales y obras, entonces son temas repetitivos además que son demasiado extensos en eso y si yo soy de otro municipio pierdo el interés. Me gustaría más temas de la juventud, más en general a Sonsonate.

Deberían de poner más temas que nos ayuden a nosotros los jóvenes, ya que habemos muchos jóvenes que los escuchamos, y que sean más interesantes. Los temas sólo se limitan a propaganda de la fiesta, que la alcaldía la dejaron con tanta deuda y que no saben qué hacer, como que no mucho por ahí. **¿Han, de alguna manera llamar o mensajear a Diálogo Sonsonateco y por qué vía mandaron el mensaje si es afirmativa su respuesta?** Yo he escrito al Facebook de ellos, por mi trabajo frecuento mucho su página, y le pedí un saludo, pero no se supo nada del mensaje. A veces siento que el programa no me llena.

3 ¿Qué es lo positivo o negativo que ha percibido del programa?

-Yo pienso lo mismo (Respecto a Ovidio Hernández 24 años) , además, siento que hay ocasiones en las cuales el conductor ya no sabe qué hablar y repite lo mismo. Y hay veces que se pasa de la hora.

4 ¿Considera que tiene una tendencia ideológica el programa o puede hacer que cambie su visión de la sociedad y de la política misma, o la vida cultural de Sonsonate?

-Yo considero que es bien imparcial, porque si llega de un partido político o de otro sus preguntas no son duras, si no que el mismo mecanismo ocupan con todos

5 ¿Le gusta el lenguaje que utiliza?

-La verdad sí, ya que su forma de hablar es sencilla, y todo mundo creo que lo entiende. No usa palabras raras. Incluso ya ha llevado invitados bien humildes y se pone a entrevistarlos de manera que lo entienda el invitado y los que lo escuchamos. No he escuchado quizás nunca palabras demasiadas rebuscadas.

6 ¿Le gustan los dichos populares?

-Sí, el ocupa varias lo hace distinto a los demás programas que hay disponibles, a veces me dan risa, pero me entretiene.

7 ¿Piensa que otro conductor lo haría mejor y por qué?

8 ¿Qué le propondrían a Moisés Ortiz?

-Más debate, mas temas un poco más dinámico. Quisiera más apertura a ONG de protección de animales y la naturaleza.

9 ¿Las entrevistas de Moisés Ortiz le han hecho cambiar su modo de ver a un funcionario o a la misma sociedad?

- La variedad de invitados es buena, porque al menos noto que no sigue una ideología, creo que si la tuviera nos diéramos cuenta por cómo él habla y a los invitados que lleva y parece que sigue una línea, pero se ve que es diferente a los demás programas de entrevista. Por ello tomo muy en cuenta cuando él opina sobre un entrevistado para formar mi opinión.

Participante 8: Oseas Atila

Edad: 26 años

1 ¿Qué medios consumís y por qué los consumís?

-Yo la TV y las redes sociales, también me gusta leer las noticias de La Página y El Faro. A veces leo una misma noticia en diferentes páginas. Me gusta leer El Faro porque en su mayoría son crónicas, **En cuanto a la escritura?** No son tan escuetas, es un lenguaje... **Técnico?** No es técnico, sus temas son más trabajados y gustan más.

2 Nosotros estamos tratando de descubrir cuál es la recepción, entendiendo como recepción la acción de consumir o ser público de un medio masivo. ¿Cuál es su opinión de los contenidos y el guión de Diálogo Sonsonateco, como programa de radio?

Se podría decir que las entrevistas carecen de preguntas críticas y sólo usan preguntas de relleno?

-Sí, la verdad no es hablar mal del programa, pero tal vez le hace falta, como ya lo mencionaba ella, las preguntas la saca en el momento y al azar. Pero considero que si tuviesen más variedad de temas me gustara más.

3 ¿Qué es lo positivo o negativo que ha percibido del programa?

-Yo comparto varias de las cosas que han dicho ellos, pero quiero agregar que a mí me gustaría que el programa tuviera apertura con los que lo escuchamos. Hay veces he escrito a su página de Facebook y no han leído mi comentario o pregunta. Falta más interacción y abrir el teléfono para cuando el invitado no se presente, pero no. Mejor se ponen a pasar el montón de anuncios. Pero sí, lo que me gusta es que son bien abiertos para invitar personas que en otros medios no les abren la puerta. Es interesante cuando llevan a grupos o representantes de comunidades y motivan a que también uno se integre a estos grupos o formar grupos organizados en nuestra propia comunidad.

4 ¿Considera que tiene una tendencia ideológica el programa o puede hacer que cambie su visión de la sociedad y de la política misma, o la vida cultural de Sonsonate?

-Si es bien imparcial, porque entrevista a todos de igual manera, uno no logra decir: este es de izquierda o de derecha, si no que entrevista a todos por igual, y eso para mí es importante para que siga oyendo ese programa.

5 ¿Le gusta el lenguaje que utiliza?

6 ¿Le gustan los dichos populares?

7 ¿Piensa que otro conductor lo haría mejor y por qué?

8 ¿Qué le propondrían a Moisés Ortiz?

9 ¿Las entrevistas de Moisés Ortiz le han hecho cambiar su modo de ver a un funcionario o a la misma sociedad?

<p>Participante 9: Verónica Pérez Edad: 26 años</p>
<p>1 ¿Qué medios consumís y por qué los consumís? -Televisión y Radio. En televisión el canal que más veo es el 21, y casi siempre noticias en la mañana. También escucho Radio Impacto, ese noticiero a las 12:15 de lunes a viernes, no me lo pierdo. ¿Te gusta? Sí, porque son noticias nacionales y locales. ¿Y Diálogo Sonsonateco? Si lo escucho después, pero es pero es distinto, ya que no es noticiero. Es así como una revista-entrevista.</p>
<p>2 Nosotros estamos tratando de descubrir cuál es la recepción, entendiendo como recepción la acción de consumir o ser público de un medio masivo. ¿Cuál es su opinión de los contenidos y el guión de Diálogo sonsonateco, como programa de radio?</p> <p>-Me parece que tiene cosas buenas y cosas que no, porque no sé si la persona que lleva la entrevista ya lleva las preguntas formuladas. A veces pareciera que no y porque se nota que en el momento se le ocurre formularlas y la persona invita tiene que ver cómo responde la lista de preguntas. ¿Cuál era su percepción, las llevaba o no? Pareciera que no, en base a lo que el invitado habla, él formula la pregunta.</p> <p>Incluso el programa de antier que estaba el alcalde de Nahuizalco, el conductor repetía mucho *El conocer de Nahuizalco*, como que lo repetía mucho y no hallaba qué decir. No sé cómo hacen para organizar a los invitados porque me quedé: “Qué pasa con el invitado”, y los del programa empiezan a programar cualquier cosa, poniendo una música salsa y puso los mismos comerciales a cada rato y me aburrí. Entonces me quedé sin ganas de volver a escucharlo.</p> <p>Ahora bien, también tiene cosas buenas porque tienen temas de todo. Los invitados llegan a hablar de turismo un día, el otro día llega hablar otro de las obras que ha hecho. Si es un invitado de cierto grupo social cuenta las actividades. Pero lo que sí no me parece, es que dicen que va a haber programa y no lo pasan a veces y uno se queda esperando el programa. ¿Es muy irregular? Sí</p>
<p>3 ¿Qué es lo positivo o negativo que ha percibido del programa?</p>
<p>4 ¿Considera que tiene una tendencia ideológica el programa o puede hacer que cambie su visión de la sociedad y de la política misma, o la vida cultural de Sonsonate?</p>
<p>5 ¿Le gusta el lenguaje que utiliza?</p>
<p>6 ¿Le gustan los dichos populares?</p>
<p>7 ¿Piensa que otro conductor lo haría mejor y por qué?</p>
<p>8 ¿Qué le propondrían a Moisés Ortiz?</p>
<p>9 ¿Las entrevistas de Moisés Ortiz le han hecho cambiar su modo de ver a un funcionario o a la misma sociedad?</p>

<p>Participante 10: Vicky Nohemí Cortez Zamora Edad: 27 años</p>
<p>1 ¿Qué medios consumís y por qué los consumís?</p> <p>-Televisión, radio cuando estoy en el trabajo, ahí donde más escucho las emisoras y el programa Diálogo Sonsonateco y el internet como: Facebook y Twitter sigo unas páginas donde puedo consultar las noticias. ¿Páginas como cuáles? De noticas como el del Diario de Hoy, de La Prensa Gráfica y de Teledos que son más masivas. ¿El Blog y La Página? También esas dos.</p>
<p>2 Nosotros estamos tratando de descubrir cuál es la recepción, entendiendo como recepción la acción de consumir o ser público de un medio masivo. ¿Cuál es su opinión de los contenidos y el guión de Diálogo Sonsonateco, como programa de radio?</p>
<p>3 ¿Qué es lo positivo o negativo que ha percibido del programa?</p> <p>-No es tanto que lleven alcaldes, el problema es la manera de cómo realiza la entrevista. Creo que la entrevista está para que los alcaldes lleguen a hacer propaganda de lo hacen, son voceros de sus propias obras. Me gusta que entreviste a los alcaldes, y al final dale unos minutos para que den su propaganda o qué estén haciendo. Al final podrían por ejemplo decir los anuncios de las fiestas patronales. Por otro lado, hoy por ejemplo estaba esperando el programa y oí casi 40 minutos los anuncios y nunca empezó, creo que esa parte debería mejorarla. ¿Los intereses como jóvenes no los ves reflejado ahí? La verdad no.</p>
<p>4 ¿Considera que tiene una tendencia ideológica el programa o puede hacer que cambie su visión de la sociedad y de la política misma, o la vida cultural de Sonsonate?</p>
<p>5 ¿Le gusta el lenguaje que utiliza?</p> <p>-Moisés Ortiz entrevista de manera que se adapta a su invitado. ¿Considera que es sencillo? Sí es sencillo en su forma de hablar, es como escuchar una plática común. Por eso considero que es bueno.</p>
<p>6 ¿Le gustan los dichos populares?</p>
<p>7 ¿Piensa que otro conductor lo haría mejor y por qué?</p>
<p>8 ¿Qué le propondrían a Moisés Ortiz?</p>
<p>9 ¿Las entrevistas de Moisés Ortiz le han hecho cambiar su modo de ver a un funcionario o a la misma sociedad?</p> <p>-Pues quizás a mí no, porque tuve la oportunidad de estudiar abogacía, pero de alguna manera ha influido en mis opiniones, tal vez no me he dado cuenta. Pero todos los medios eso buscan, influir sobre otros.</p>

Participante 11: Adela Hernández

Edad: 28 años

1 ¿Qué medios consumís y por qué los consumís?

-Yo principalmente veo televisión, veo entrevistas de Ernesto López. Donde sale Quirio... Lastimosamente ya no está Dagoberto Gutiérrez. La manera en como presenta hace una especie de resumen, a diferencia de canales como los de TCS que son bastante censurados porque representan sectores comerciales y por eso me inclino más a ese tipo de programas con más libertad.

2 Nosotros estamos tratando de descubrir cuál es la recepción, entendiendo como recepción la acción de consumir o ser público de un medio masivo. ¿Cuál es su opinión de los contenidos y el guión de Diálogo sonsonateco, como programa de radio?

-Bueno yo considero, como dice ella, hay cosas buenas y malas considero que tal vez deberían ser más inte... Quizás no interesante, porque todos los temas son interesantes, Pero tal vez, vaya lo que pasa es que llevan a alcaldes de los municipios como de Sonzacate y sólo dicen propaganda, pero también hay entrevistas interesantes, por ejemplo hubo un día unos invitados de *Acajutlenses de Corazón* que fue interesante informarse de las labores que esta asociación o organización hacen para beneficio de los más pobres, perdón por esa palabras, mejor dicho a las personas de escasos recursos. Pues considero que eso es lo único malo del programa. Y con respecto a los temas, deberían ser más selectivos en los temas. Pero hasta cierto punto están dando espacios para que se den a conocer las actividades de estas asociaciones y organizaciones. Y eso es bueno por el espacio que brindan.

3 ¿Qué es lo positivo o negativo que ha percibido del programa?

-Pues la verdad es que son muy abiertos para cierto grupo de personas que en otro lado no les abre la puerta, además los alcaldes ahí dicen todo lo quieren decir, se ve que el conductor no los limita. Si llegan los invitados hay programa y si no sólo música.

4 ¿Considera que tiene una tendencia ideológica el programa o puede hacer que cambie su visión de la sociedad y de la política misma, o la vida cultural de Sonsonate?

5 ¿Le gusta el lenguaje que utiliza?

6 ¿Le gustan los dichos populares?

7 ¿Piensa que otro conductor lo haría mejor y por qué?

-Tal vez si o tal vez no. Yo más creo que él debería prepararse mejor antes de entrevistar y dar más participación a la audiencia. Debe tener un tema específico y preguntarle cosas concretas al invitado, y al final dejar en un espacio para que el invitado diga su propaganda.

8 ¿Qué le propondrían a Moisés Ortiz?

9 ¿Las entrevistas de Moisés Ortiz le han hecho cambiar su modo de ver a un funcionario o a la misma sociedad?

<p>Participante 12: Ovidio Hernández Edad: 24 años</p>
<p>1 ¿Qué medios consumís y por qué los consumís? -Yo veo televisión, más que todo el canal 21, y los programas de entretenimiento.</p>
<p>2 Nosotros estamos tratando de descubrir cuál es la recepción, entendiendo como recepción la acción de consumir o ser público de un medio masivo. ¿Cuál es su opinión de los contenidos y el guión de Diálogo Sonsonateco, como programa de radio?</p>
<p>3 ¿Qué es lo positivo o negativo que ha percibido del programa? -Yo escucho el programa, sólo que a veces siento que Moisés lo deja hablar mucho y quisiera que el conductor hiciera que el alcalde diga cosas interesantes.</p>
<p>4 ¿Considera que tiene una tendencia ideológica el programa o puede hacer que cambie su visión de la sociedad y de la política misma, o la vida cultural de Sonsonate?</p>
<p>5 ¿Le gusta el lenguaje que utiliza?</p>
<p>6 ¿Le gustan los dichos populares?</p>
<p>7 ¿Piensa que otro conductor lo haría mejor y por qué? -No quisiera que lo cambiaran, sólo le pediría más preparación, pareciera que sólo llegó a hacerlo. Y él debería de investigar súper bien al invitado para preguntarle cosas interesantes. Quizás le falta llenarse de más información.</p>
<p>8 ¿Qué le propusieran a Moisés Ortiz?</p>
<p>9 ¿Las entrevistas de Moisés Ortiz le han hecho cambiar su modo de ver a un funcionario o a la misma sociedad?</p>

Participante 13: María del Carmen García

Edad: 25 años

1 ¿Qué medios consumís y por qué los consumís?

-Yo más que todo veo noticias en el canal 21 y el canal 12. **¿Y en redes Sociales?** Más que todo sigo Facebook a La Prensa Gráfica.

2 Nosotros estamos tratando de descubrir cuál es la recepción, entendiendo como recepción la acción de consumir o ser público de un medio masivo. ¿Cuál es su opinión de los contenidos y el guión de Diálogo Sonsonateco, como programa de radio?

3 ¿Qué es lo positivo o negativo que ha percibido del programa?

4 ¿Considera que tiene una tendencia ideológica el programa o puede hacer que cambie su visión de la sociedad y de la política misma, o la vida cultural de Sonsonate?

5 ¿Le gusta el lenguaje que utiliza?

6 ¿Le gustan los dichos populares?

7 ¿Piensa que otro conductor lo haría mejor y por qué?

8 ¿Qué le propondrían a Moisés Ortiz?

9 ¿Las entrevistas de Moisés Ortiz le han hecho cambiar su modo de ver a un funcionario o a la misma sociedad?

Participante 14: Luisa Pérez

Edad: 23 años

1 ¿Qué medios consumís y por qué los consumís?

-En internet El Blog, La Página, La Prensa y El Diario de Hoy, más que todo en sus páginas de redes sociales, no profundizó en las noticias.

2 Nosotros estamos tratando de descubrir cuál es la recepción, entendiendo como recepción la acción de consumir o ser público de un medio masivo. ¿Cuál es su opinión de los contenidos y el guión de Diálogo Sonsonateco, como programa de radio?

3 ¿Qué es lo positivo o negativo que ha percibido del programa?

-Yo casi no oigo radio, pero este programa lo sintonizo de vez en cuando, lo malo que hay veces no lo pasan regularmente. Lo escucho para oír los planes del alcalde de Sonsonate pero cuando no llega sólo música y canciones. O por ejemplo, cuando lo sintonizo y llega un alcalde de otro municipio, por ejemplo ayer llegó el de Sonzacate y lo quité, porque no me interesa la información de ese municipio.

4 ¿Considera que tiene una tendencia ideológica el programa o puede hacer que cambie su visión de la sociedad y de la política misma, o la vida cultural de Sonsonate?

5 ¿Le gusta el lenguaje que utiliza?

6 ¿Le gustan los dichos populares?

7 ¿Piensa que otro conductor lo haría mejor y por qué?

8 ¿Qué le propondrían a Moisés Ortiz?

9 Las entrevistas de Moisés Ortiz le han hecho cambiar su modo de ver a un funcionario o a la misma sociedad?

<p>Participante 15: Héctor González Edad: 19 años</p>
<p>1 ¿Qué medios consumís y por qué los consumís? -Lo que más consumo es televisión y prensa, en televisión veo noticias y programas de entretenimiento. En prensa igual noticias</p>
<p>2 Nosotros estamos tratando de descubrir cuál es la recepción, entendiendo como recepción la acción de consumir o ser público de un medio masivo. ¿Cuál es su opinión de los contenidos y el guión de Diálogo Sonsonateco, como programa de radio?</p>
<p>3 ¿Qué es lo positivo o negativo que ha percibido del programa?</p>
<p>4 ¿Considera que tiene una tendencia ideológica el programa o puede hacer que cambie su visión de la sociedad y de la política misma, o la vida cultural de Sonsonate?</p>
<p>5 ¿Le gusta el lenguaje que utiliza?</p>
<p>6 ¿Le gustan los dichos populares?</p>
<p>7 ¿Piensa que otro conductor lo haría mejor y por qué?</p>
<p>8 ¿Qué le propondría a Moisés Ortiz?</p>
<p>9 ¿Las entrevistas de Moisés Ortiz le han hecho cambiar su modo de ver a un funcionario o a la misma sociedad?</p>

Participante 16: Nuria Alfaro

Edad: 24 años

1 ¿Qué medios consumís y por qué los consumís?

-La televisión y un poco las redes sociales. Y del periodismo me gusta leer El Chero. Se parece al Más.

2 Nosotros estamos tratando de descubrir cuál es la recepción, entendiendo como recepción la acción de consumir o ser público de un medio masivo. ¿Cuál es su opinión de los contenidos y el guión de Diálogo Sonsonateco, como programa de radio?

3 ¿Qué es lo positivo o negativo que ha percibido del programa?

4 ¿Considera que tiene una tendencia ideológica el programa o puede hacer que cambie su visión de la sociedad y de la política misma, o la vida cultural de Sonsonate?

5 ¿Le gusta el lenguaje que utiliza?

6 ¿Le gustan los dichos populares?

7 ¿Piensa que otro conductor lo haría mejor y por qué?

8 ¿Qué le propondría a Moisés Ortiz?

9 ¿Las entrevistas de Moisés Ortiz le han hecho cambiar su modo de ver a un funcionario o a la misma sociedad?