



Universidad Nacional
SAN LUIS GONZAGA



[Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

Esta licencia permite a otras combinar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial, siempre y cuando den crédito y licencia a nuevas creaciones bajo los mismos términos.

http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0



NÚMERO:

2022 - 055

EVALUACION DE ORIGINALIDAD

CONSTANCIA

El que suscribe, deja constancia que se ha realizado el análisis con el software de verificación de similitud al documento cuyo título es:

“PROGRAMA SIN LÍMITES MAGAZINE Y LA EXPRESIÓN ORAL EN EL DISTRITO DE ICA, 2020”

presentada por: **ALARCÓN GARCÍA, MARÍA DEL ROSARIO**, del nivel de Pre Grado de la FACULTAD DE CCTYA, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación. El resultado obtenido es: PORCENTAJE DE SIMILITUD 2 % por el cual se otorga el calificativo de:

APROBADO, según el Reglamento de Evaluación de Originalidad.

Se adjunta al presente el reporte de evaluación con el software de verificación de originalidad.

Observaciones:

Ninguna

Ica, 26 de Octubre del 2022

UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y ARQUEOLOGÍA
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

Dra. María del Rosario Alarcón García
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL SAN LUIS GONZAGA
VICERECTORADO DE INVESTIGACIÓN
**Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y
Arqueología**



PROGRAMA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE
LA COMUNICACIÓN

Trabajo de investigación

**PROGRAMA SIN LÍMITES MAGAZINE Y LA EXPRESIÓN ORAL EN EL
DISTRITO DE ICA, 2020**

Para optar el Título Profesional de
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Presentado por el Bachiller en Ciencias de la Comunicación

Alarcón García María del Rosario

*Ica – Perú
2022*

UNIVERSIDAD NACIONAL SAN LUIS GONZAGA
VICERECTORADO DE INVESTIGACIÓN
**Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y
Arqueología**



PROGRAMA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE
LA COMUNICACIÓN

Trabajo de investigación

**PROGRAMA SIN LÍMITES MAGAZINE Y LA EXPRESIÓN ORAL EN EL
DISTRITO DE ICA, 2020**

Para optar el Título Profesional de
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Presentado por el Bachiller en Ciencias de la Comunicación

Alarcón García María del Rosario

*Ica – Perú
2022*

Trabajo de investigación

**PROGRAMA SIN LÍMITES MAGAZINE Y LA EXPRESIÓN ORAL EN EL
DISTRITO DE ICA, 2020**

DEDICATORIA

A mi familia y muy en especial a mis padres que con sus consejos me orientan para seguir superándome en mi vida profesional.
Gracias a ustedes.

ÁREA DE CONOCIMIENTO

CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

SOCIEDAD, MEDIO AMBIENTE Y POLÍTICAS PÚBLICAS

GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

ÍNDICE

CARATULA

AREA DE CONOCIMIENTO

LINEA DE INVESTIGACIÓN

ÍNDICE.....	6
INTRODUCCIÓN.....	8
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	12
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	12
1.2. Formulación del problema.....	13
1.2.1. Problema General	13
1.2.2. Problema específico.....	13
1.3. Planteamiento de Objetivos.....	14
1.3.1. Objetivo general.....	14
1.3.2. Objetivos específicos.....	14
1.4. Justificación e importancia de la Investigación	14
1.5. Limitaciones de la investigación	15
1.6. Delimitación de la investigación	16
II. MARCO REFERENCIAL.....	16
2.1. Antecedentes de la investigación.....	16
2.1.1. Bases teóricas	17
2.1.2. Marco conceptual	24
III. HIPOTESIS Y VARIABLES.....	25
3.1. Hipótesis y variables de la investigación.....	25
3.1.1. Hipótesis general.....	25
3.1.2. Hipótesis específicas.....	25
3.2. Sistema de Variables	25
3.2.1. Variable independiente.....	25
3.2.2. Variable dependiente.....	25

IV. METODOLOGIA	26
4.1. Tipo, nivel y diseño de investigación	26
4.1.1. Población y muestra	26
4.1.2. Técnicas de recolección de datos	27
4.1.3. Instrumentos de recolección de datos	27
4.1.4. Técnicas de procesamiento, análisis e interpretación de resultados ...	28
4.1.5. Presupuesto del proyecto	29
4.1.6. Cronograma de actividades.....	29
V. RESULTADOS.....	30
5.1. Presentación y análisis de los resultados.....	30
Conclusiones.....	42
Recomendaciones.....	43
Referencias bibliográficas.....	44
Anexos	46
• Instrumentos de recolección de información	46
• Matriz de consistencia	47

INTRODUCCIÓN

Los programas de televisión magazine, también conocidos como programas de variedades o de entretenimiento, tienen una larga historia que se remonta a los primeros días de la televisión. Aquí tienes un resumen de su evolución a lo largo de los años, en los años 1940 y 1950 los programas magazine se centraban principalmente en entrevistas, actuaciones musicales y presentaciones de variedades. Estos programas a menudo presentaban artistas famosos y se transmitían en vivo, en las décadas de 1960 y 1970, los programas magazine se volvieron más populares y diversos. Surgieron programas icónicos como "The Ed Sullivan Show" en Estados Unidos, que presentaba una mezcla de música, comedia y actuaciones especiales. Además, programas como "The Tonight Show Starring Johnny Carson" se convirtieron en referentes de las entrevistas nocturnas. Por los años 1980 y 1990, los programas magazine se diversificaron aún más. Surgieron programas como "The Oprah Winfrey Show", que se enfocaba en temas de actualidad y entrevistas emocionales. También se popularizaron los talk shows de la mañana, como "Good Morning America" y "The Today Show", que combinaban noticias y entretenimiento.

Década de 2000 en adelante con el avance de la tecnología y la proliferación de canales de televisión, los programas magazine se expandieron aún más. Surgieron programas como "The Ellen DeGeneres Show" y "The Graham Norton Show", que se destacaron por su estilo cómico y entrevistas informales. Además, la presencia de las redes sociales permitió una mayor interacción con los espectadores y la participación en los programas.

A lo largo de la historia de los programas magazine, han surgido diferentes formatos y estilos, desde programas de entrevistas tradicionales hasta programas con segmentos de comedia, música, cocina, viajes y más. Estos programas han sido una plataforma para dar a conocer artistas, discutir temas de actualidad y entretener a millones de espectadores en todo el mundo. Los programas magazine en Latinoamérica han tenido una larga historia, con varias etapas y evoluciones a lo largo del tiempo. Aquí tienes un resumen de su historia:

Los programas magazine en Latinoamérica comenzaron a emerger en las décadas de 1960 y 1970. Programas como "Sábados Gigantes" en Chile, conducido por Don Francisco, se convirtieron en un gran éxito, presentando música, comedia, concursos y entrevistas, por los años 1980, los programas magazine en Latinoamérica se consolidaron aún más. En México, "Siempre en Domingo", conducido por Raúl Velasco, se convirtió en un referente, presentando actuaciones musicales, entrevistas a artistas y segmentos de entretenimiento.

Durante los años 90, surgieron programas como "Cristina" en Argentina, presentado por la periodista Cristina Saralegui, que se enfocaban en entrevistas, temas de actualidad y entretenimiento, en los 2000 con el avance de la televisión por cable y la proliferación de canales, la variedad de programas magazine en Latinoamérica se expandió. Programas como "El Gordo y la Flaca" en Estados Unidos, presentado por Raúl de Molina y Lili Estefan, se convirtieron en populares, centrándose en el mundo del espectáculo y las celebridades.

Además de los programas mencionados, ha habido una amplia gama de programas magazine en diferentes países latinoamericanos, cada uno con su propio estilo y contenido. Estos programas han ofrecido entretenimiento, información y han sido una plataforma para dar a conocer a artistas y celebridades de la región. A medida que avanza el tiempo, los programas magazine en Latinoamérica continúan evolucionando y adaptándose a los cambios en los gustos y las preferencias del público, pero siguen siendo una parte importante de la programación televisiva en la región.

Los programas de magazine en Perú comparten algunas características comunes que los distinguen. Los programas suelen tener un enfoque en la farándula, el mundo del espectáculo y el entretenimiento en general. Se presentan noticias, chismes, entrevistas y segmentos relacionados con la vida de los famosos, tanto peruanos como internacionales. Otros han sido conocidos por su enfoque sensacionalista. Buscan generar controversia, revelar secretos, mostrar conflictos y promover la confrontación entre los participantes, con el objetivo de atraer la atención y mantener altos niveles de audiencia. Como también suelen incluir entrevistas a famosos, personajes públicos y personas involucradas en situaciones de interés. Las entrevistas pueden abordar temas personales, controversiales o de actualidad, y se busca obtener testimonios impactantes o reveladores.

Muchos programas magazine en Perú fomentan la participación del público a través de llamadas telefónicas, mensajes de texto, redes sociales o incluso la asistencia de audiencia en vivo. Esto permite una interacción directa entre los espectadores y el programa, lo que a menudo genera debates y opiniones diversas. Incluyen segmentos de análisis de noticias, temas de actualidad y problemas sociales. Estos segmentos buscan informar y debatir sobre temas de relevancia nacional e internacional, aportando perspectivas y opiniones variadas.

Es importante destacar que no todos los programas magazine en Perú siguen estas características al pie de la letra. Algunos pueden tener un enfoque más suave, centrado en el entretenimiento general o en aspectos positivos de la cultura y sociedad peruana. La naturaleza de los programas magazine puede variar según el formato, el presentador y el enfoque específico de cada programa en particular.

El trabajo desarrollado trata sobre Programa Sin Límites Magazine y su relación con la Expresión Oral en el Distrito de Ica. Se sabe que la expresión oral parte del requerimiento de estar comunicando, porque si no existe alguna razón la interacción verbal no se estaría produciendo. A esto le continúa un esquema de lo que se dice y así se produce la emisión oral, el hablar, en un contexto verbal determinado que se vincula también con la expectativa que tiene el que ve y escucha dicho programa que trata sobre temas musicales, algo de cine, poco tratamiento del turismo local, muchos eventos, algunas entrevistas de temas no tan relevantes, el rebote de noticias internacionales, nacionales y locales siendo emitido por Huacachina Tv (Canal 25). Por ende, el hablar por dicho programa es producto de cierta planificación anticipada, pero continúa sólo la concretización de palabras.

El expresarse se consolida en el estudio de saber qué hacen las personas que trabajan en el Programa Sin Límites Magazine para manifestar aquello que han estado pensado decir, estar explicando y cambiar algo que es desde el inicio una cuestión privada como son las opiniones y emociones en algo que perciben y analizan sus televidentes y usuarios de Facebook. Siendo así, la acción denominada “hablar” y/o “expresarse”, además de ser un mecanismo cognitivo y de lingüística, es una acción instrumental y de interacción social para expresarse oralmente sobre los puntos musicales, algo de cine, poco tratamiento del turismo local, muchos eventos, algunas entrevistas de temas no tan relevantes, el rebote de noticias internacionales, nacionales y locales.

La que conduce o los que conducen dicho Programa Sin Límites Magazine hablan en contextos interactivos también con la finalidad de estar generando efectos y opinión en los interlocutores y para eso están realizando formas de lenguaje algo aceptables para comunicarse. Siendo de esa manera, la producción del lenguaje debería involucrar un contexto social, teniendo en cuenta los objetivos e intenciones de comunicar del hablante o de los hablantes del programa en mención, el entorno social en el Distrito de Ica que tiene lugar las opiniones o el hablar sobre los temas musicales, algo de cine, sobre el poco tratamiento del turismo local, noticias, etc

El presente trabajo de investigación se elaboró de acuerdo a los lineamientos de la Universidad Nacional “San Luis Gonzaga” de Ica, estructurado en cinco capítulos:

En el capítulo I, Se habla del planteamiento del problema de investigación; la definición del problema general y específicos, la redacción de la delimitación del problema; así como la justificación e importancia de la investigación y las limitaciones de la investigación; la redacción de los objetivos de investigación: general y específicos

El capítulo II, Desarrolla el marco referencial, donde se habla sobre los antecedentes del

problema de investigación; las bases teóricas de la investigación y desarrollo del marco conceptual.

En el capítulo III, Identificamos la hipótesis general y específicas; así como el sistema de variables, tanto independiente y dependiente.

En el capítulo IV, Identificamos la estrategia metodológica de la investigación; señalamos el tipo, nivel y diseño de investigación; la población y muestra materia de investigación. Asimismo, se explica las técnicas e instrumentos de recolección de datos, y las técnicas de procesamientos de datos, el análisis e interpretación de resultados.

En el capítulo V, se muestran la presentación, interpretación y discusión de resultados.

Finalmente, se redacta las conclusiones y recomendaciones del caso; así como se menciona las fuentes de información y los anexos.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Programa Sin Límites Magazine y su relación con la expresión oral en el Distrito de Ica

1.1. Descripción de la realidad problemática

Los programas magazine son una forma de programa donde se supone se mezclan las noticias también el entretenimiento y los espectáculos. No se trata que sea un programa netamente informativo, aunque se evidencia una gran cobertura a temas de actualidad y de contenidos de toda índole al borde del sensacionalismo. No se le cataloga magazine por similares contenidos sino por las estructuras que encierran y organizan varios contenidos.

Por lo general, los programas Magazine que tienen eventos musicales, hay entrevistas, existen concursos y demás, también deberían tener mucha expresión oral de parte de la audiencia sin distinción de algún tipo hablando de aspectos socio-económicos, coyunturales y/o culturales. Asimismo, la audiencia por lo general son mujeres y jóvenes que encuentran en estos magazines contenidos “útiles y que entretienen”. Así, resulta importante que continúen estos programas magazine, pero con la presentación de personajes populares, los presentadores conectándose con el público para expresarse recíprocamente, por lo menos intentarlo.

En el Perú los programas magazine más conocidos son “En boca de Todos” (América Televisión), “Magaly Tv La Firme” (ATV Andina de Televisión) y “Al Sexto Día” (Panamericana Televisión), programas donde se involucran noticias, entretenimiento, espectáculos y no caer en formatos netamente informativos, aunque con mucha frecuencia hacen cobertura a temas de coyuntura llegando al borde sensacionalista. Estos programas magazines deberían contener también más expresión oral de parte de sus espectadores, en lo posible.

Se observa que estos programas magazines peruanos tienen presentaciones musicales, entrevistan a personajes, entretienen, pero les falta mucha expresión oral de parte de sus públicos y/o televidentes sin limitación conversando sobre temas coyunturales, culturales, sociopolíticos. De esta manera, los televidentes deberían expresarse en especial las mujeres y jóvenes que gustan de estos magazines con contenidos muy útiles para distraer. En esa presentación de personajes populares y/o famosos, los presentadores y/o presentadoras de estos programas deberían conectarse con sus públicos y tener en cuenta más la expresión oral al momento de emitir sus programas magazines.

La problemática mencionada con anterioridad, no es ajeno al programa Sin Límites

Magazine en el Distrito de Ica pues se observa aún que la expresión oral de sus espectadores aún es dejada de lado al momento de emitirse este programa siendo así debería tener espacios para eso. Se deberían poner en marcha estos espacios con frecuencia en la que los espectadores del programa Sin Límites Magazine se expresen oralmente sobre temas variados del programa en mención.

Además, estos espacios ayudarían a conversar de las noticias a diario, participar de entrevistas, opinar sobre música, obras literarias, farándula, involucrando a los públicos en el programa con sus aportes. Cuando se está preparando el programa Sin Límites Magazine los encargados de hacerlo deberían tener planificado este espacio para la expresión oral del magazine, involucrando los temas a tratar y repartirlas entre los presentadores y/o presentadora, sin descuidar la conducción del programa como siempre. Una vez que estuviese los contenidos y brindar la oportunidad que los espectadores se expresen se debe proceder a emitir el programa vía Huacachina Tv (Canal 25) y/o redes sociales como Facebook.

Este magazine poco a poco debería permitir a los públicos trabajar la expresión oral mejorando las competencias comunicativas, ampliando el vocabulario, resaltando más y más la expresión oral con la elocución correspondiente, estimulando la creatividad, potenciar las competencias emocionales de los televidentes tratando temas socio-económicos, coyunturales, culturales, faranduleros, noticias, etc.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre el mensaje del programa Sin Límites Magazine y la expresión oral de los conductores en el Distrito de Ica, 2020?

1.2.2. Problemas específicos

PE 1

¿Cuál es la relación entre el mensaje verbal del programa Sin Límites Magazine y la expresión oral de los conductores en el Distrito de Ica?

PE 2

¿Cuál es la relación entre el mensaje gestual del programa Sin Límites Magazine y la expresión oral de los conductores en el Distrito de Ica?

1.3. Planteamiento de los Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Identificar la relación entre el mensaje del programa Sin Límites Magazine y la expresión oral de los conductores en el Distrito de Ica, 2020.

1.3.2. Objetivos específicos

OE 1

Identificar la relación entre el mensaje verbal del programa Sin Límites Magazine y la expresión oral de los conductores en el Distrito de Ica

OE 2

Identificar la relación entre el mensaje gestual del programa Sin Límites Magazine y la expresión oral de los conductores en el Distrito de Ica.

1.4. Justificación e importancia de la investigación

1.4.1. Justificación

Este estudio se desarrolló para tener en cuenta ambientes de expresión oral con libertad y siendo espontáneos en los programas de TV en especial en el programa Sin Límites Magazine, pero con el debido respeto y de esta manera se desarrolló los procesos comunicativos donde se plasmarían las palabras importantes y apropiadas para expresarse sobre algún tema planteado.

1.4.2. Importancia

Es importante la investigación porque el programa Sin Límites Magazine resaltar las palabras vertidas por sus espectadores y hacer inferencia e interpretaciones, se debería deducir y darle un significado particular a las expresiones que se podrían verter al momento de tratar sobre noticias, entretenimiento, espectáculos, coyuntura y no generar formatos puramente informativos. Según lo establecido existe la obligación de terminar el presente estudio tanto de la autora como de los espectadores y/o públicos del Programa Sin Límites Magazine. También, se cuenta con los recursos humanos y logísticos.

1.5. Limitaciones de la investigación

Información actualizada y organizada: Se ha revisado la web donde no hay información actualizada y ordenada en cuanto al tema de estudio, pero se realizó la búsqueda detallada y específica con la debida paciencia y entrando a las páginas especializadas y confiables.

Temporales: Se ha dado un tiempo breve para desarrollar la investigación para lo cual se tomó la decisión, por parte de la autora, de utilizar más horas para finalizar el trabajo de investigación.

1.6. Delimitaciones de la investigación

1.6.1. Delimitación teórica

Delimitación teórica de las variables en estudio:

Programa Sin Límites Magazine. - Es un variado programa que contiene y difunde noticias, bastante entretenimiento, videos musicales, Turismo iqueño y nacional. También, existen entrevistas a personajes artistas, empresarios iqueños u otros.

Expresión Oral. - Es la interacción en un escenario donde la comunicación es un proceso de destrezas y habilidades expresivas e interpretativas de las personas.

1.6.2. Delimitación espacial

El presente trabajo académico se realizó en la región Ica, Provincia y Distrito de Ica, por lo cual la investigación tiene alcance regional

1.6.3. Delimitación temporal

La investigación se realizó durante los meses de diciembre 2019 a febrero del año 2020

II. MARCO REFERENCIAL

2.1. Marco Teórico

2.1.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1.1. Antecedentes a nivel internacional

Pilas (2017) realizó una investigación titulada "Producción de un magazine de televisión en vivo" de la Universidad Fasta (Argentina). La autora concluye que la televisión es el medio más usado por las familias actualmente. Y los programas tienen un grupo de profesionales que promueven varias propuestas y si es interesante para la audiencia ésta continúa difundiendo como por ejemplo los programas Magazine. Cuando se produce y emite un magazine elegido se aprecia escasez de recursos humanos, hay gerencia vertical al momento de las decisiones, no hay expresión oral en especial de los espectadores en días de emisión. (p.4)

López et al (2017) realizó una investigación titulada "Influencia de la televisión, canal TN8, Programa Noticioso Crónica TN8, en la expresión oral de las/os estudiantes de octavo grado A, del Instituto Público Lic. Lucinda Rosa Vida Rodríguez del Municipio de Pueblo Nuevo" de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (Nicaragua). Los autores concluyen que la expresión oral es una habilidad relevante y utilitario para convivir en la vida. El Programa Noticioso Crónica TN8; a llegado a incidir en la expresión oral de sus televidentes siendo utilizado el lenguaje coloquial por lo general. (p.6)

2.1.1.2. Antecedentes a nivel nacional

Castillo (2018) realizó una investigación cuyo título es "Influencia del programa radial ¡Qué paja! en la expresión oral de los estudiantes de la I.E. Pascual Saco Oliveros – Ate 2018" de la Universidad César Vallejo (Lima-Perú). El autor concluye que el programa radial ¡Qué paja! son para entretener y tiene aceptación entre los jóvenes en la actualidad. También, tiene gran cobertura y aceptación. La expresión oral en el programa radial ¡Qué paja! acepta las ideas con pautas referenciales establecidos. La expresión oral no solo ocurre para exponer ideas sino para la vida cotidiana.

El programa radial ¡Qué paja! se difunden vía online y también con frecuencia radial. Son emisoras que se establecen en el espacio público juvenil con ansias de expresarse oralmente. (p.13)

2.1.1.3. Antecedentes a nivel local

Unidad de Imagen Institucional (2011) realizó un programa cuyo título es "Programa de TV "AYER Y HOY", emitirá reportajes de nuestros atractivos turísticos" del Gobierno Regional de Ica (Ica-Perú). Los autores concluyen que el programa promovido por la Oficina de Imagen Institucional de La Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, logró hacer un reportaje sobre los atractivos turísticos de Ica y generar expresiones en los conductores. Estuvo a cargo del Magazine de TV Ayer y Hoy. Las expresiones orales de quienes observan las grabaciones del reportaje hicieron cobertura en cuatro aspectos: la ruta del pisco en varias bodegas, platos típicos de Ica, fiestas religiosas iqueñas y la Laguna de Huacachina. El reportaje emitido tiene el objetivo de impulsar expresiones orales u opiniones sobre los destinos turísticos, y para fortalecer el turismo local y extranjero aprovechando los atractivos turísticos ya mencionados. (p.1).

2.1.2. Bases teóricas

Becerra M. E. Z. (2019) menciona que los Magazines son espacios televisivos caracterizados por presentar diversos temas, sin tener necesariamente conexión entre sí, generalmente intercalados por presentaciones artísticas. En el formato magazine la información se presenta dividida en segmentos independientes entre sí, con una enorme capacidad de jugar con diferentes duraciones de los segmentos, así como de emplear semejantes o muy diversos tipos genéricos en cada uno de ellos, puede tener argumento cultural y de entretenimiento. (p.23)

También, López y Nieto (2013) señalan que el formato de magazine requiere una puesta en escena propia que se rige por una serie de principios formales y estilísticos desarrollados y testados a lo largo del tiempo por programas de estas características en la televisión generalista, el grupo tuvo que decidir cuál era la puesta en escena y el escenario.

En primer lugar, optaron por combinar varios formatos televisivos. Habría

un presentador/conductor cuya presencia daría unidad y facilitaría la narración y comprensión. Los contenidos de las distintas secciones se enmarcarían en el formato de la tertulia. En una reunión previa a la emisión del programa, dividieron los papeles y las opiniones, a favor y en contra de cada tema, para asegurarse el contraste de ideas y argumentos. (p.579)

Vidales y Gómez (2015) manifiestan que el magazine siempre ha estado ligado a la información de actualidad. Este aspecto es importante pues marca la idea del programa y la desarrolla otorgando al resultado final que se transmite un carácter informativo o un carácter más cercano al entretenimiento. La generalidad en las cadenas generalistas es que ambos aspectos, información y entretenimiento, vayan entrelazándose con el discurrir del programa de forma que se combinan secciones centradas en noticias de la actualidad política, económica y social, a cuyo lado acostumbra a ir un comentario o incluso un editorial del conductor principal, con secciones donde priman contenidos menos trascendentes y hasta frívolos, sin olvidarnos de la compañía de la música, las promociones o los concursos.

Donde más diferencias se encuentran dentro del magazine, dependiendo de la franja horaria, es en la puesta en escena, ya que los programas de la mañana suelen contar con un ritmo más rápido y formal, especialmente durante la parte informativa del programa, tanto en la sucesión de noticias como a la hora de pasar de una sección a otra. Sin embargo, en los espacios de la tarde las fronteras entre información y entretenimiento están más difusas y el presentador adquiere un tono más relajado e informal, invitando durante buena parte del programa al diálogo a los diferentes colaboradores e invitados, así como al público que interviene mediante llamadas telefónicas.

Se trata, en ocasiones, de magazines que presentan características propias del talk-show, en los que la naturalidad y cercanía del presentador se mezcla con temas en los que prima el interés social, por encima del político o económico, más propios de los programas matinales, y donde la información llega a través del entretenimiento y de los testimonios participantes en el espacio. Son programas en los que el humor y el factor sorpresa están presentes a lo largo de las horas que permanecen en antena, con alguna sección que se acerca al Info-Show de la mano de algún personaje, habitual o esporádico en el programa, que ficciona y/o dramatiza una situación. En los magazines nocturnos, por su parte, la presentación adquiere un carácter más reflexivo, analítico e intimista; el espacio para el humor es prácticamente inexistente,

y el número de secciones que componen el programa es menor que en los matinales.

López y Redruejo (2013) manifiestan que las funciones del magazine se repartieron funciones específicas, con competencias cerradas y marcando dos objetivos principales: Enseñar al alumnado como se realiza un magazine de televisión y a trabajar en equipo.

- 1) Seleccionar los temas susceptibles de formar parte de un magazine
- 2) Elección de un formato
- 3) Elaboración de una escaleta
- 4) Elaboración de las “piezas” necesarias para elaborar un magazine
- 5) La “puesta en escena”
- 6) Confección de una agenda con la búsqueda de los protagonistas
- 7) Opinión de calidad
- 8) Implicación y retroalimentación del espectador

Perfilados los programas pertenecientes al formato magazine, pero diferentes entre sí, uno corresponde al magazine de mañana y el otro a un late-night, se lleva a la práctica su realización. Las personas se encaran a la dificultad de la organización del plató, de las diferentes funciones del control (sonido, mezclador, control de cámaras, realizador y ayudante de realización), de las funciones de plató (regidor, cámaras y producción), de adaptar los planos, el ritmo del programa y la ubicación de los diferentes sets al guion previamente diseñado.

Por su parte Hidalgo (2011) aborda la influencia del programa Magazine en la expresión oral; Un magazine es un programa de televisión con un formato de treinta minutos, para jóvenes, hecho para una disertación de grado, de una estudiante que con la formación que puede brindar la universidad, el interés de hacer realidad un proyecto y la corta experiencia que ha tenido en medios de comunicación, quiere brindar una propuesta diferente y sentar un precedente en la pantalla ecuatoriana, empezando por un piloto, el cual no se sabe el éxito que tenga al aire, pero del cual se puede estar seguro, se hizo todos los procesos para obtener un producto como este: diagnóstico, preproducción, producción y postproducción.

Ahora, el minuto en la televisión es oro, pero no por ello hay que creer que

los pocos minutos que se brindan son valiosos; que con segundos y una sola versión de los hechos se puede construir una historia; y que es imposible ver un reportaje largo de algo que parece irrelevante pero que en realidad converge a todos, por eso esta propuesta pretende darle un giro al pensamiento mostrar dinamismo pero también, darse el tiempo para escuchar lo que el entrevistado tiene que decir, quiere expresar y no utilizarlo para que diga lo que la línea editorial le conviene. (p.73)

Según Huacachina Tv Canal 25 (2019) el programa Sin Límites Magazine es un programa de variada programación donde se emite noticias, entretenimiento, videos, música, Cine, Turismo de la localidad iqueña y nacional, pero no se aprecia activa participación de los espectadores en los temas propuestos a manera de expresar sus ideas. También existen entrevistas a artistas locales, nacionales. Entrevistas a emprendedores de la localidad iqueña entre otros.

Por otro lado, Cervantes (2020) menciona que la expresión oral es la destreza lingüística relacionada con la producción del discurso oral. Es una capacidad comunicativa que abarca no sólo un dominio de la pronunciación, del léxico y la gramática de la lengua meta, sino también unos conocimientos socioculturales y pragmáticos. Consta de una serie de micro destrezas, tales como saber aportar información y opiniones, mostrar acuerdo o desacuerdo, resolver fallos conversacionales o saber en qué circunstancias es pertinente hablar y en cuáles no. (p.1)

Luego, Moreno (2016) señala que la expresión oral es definida como una competencia aprendida mediante el cual los sonidos acústicos organizados en signos lingüísticos adquieren significado para un grupo particular de personas que interactúan en un determinado grupo social, razón por el cual se constituye un proceso que requiere interacción compartida.

Para comprender el desarrollo de la comprensión oral se tiene observar desde diversas perspectivas. Desde de la neurociencia es un proceso bioquímico que involucra a la función cerebral, específicamente en el hemisferio izquierdo. Desde la perspectiva psicológica, la comprensión de su desarrollo conlleva a resaltar la importancia del medio social para ello. Hay teorías que señalan que la expresión oral se desarrolla exclusivamente por condicionamiento del contexto; otras que es el contexto que permite este aprendizaje. Desde la perspectiva lingüística, la comprensión del desarrollo de la expresión oral hace necesaria la observación desde tres procesos

lingüísticos: fonológicos, semánticos y sintácticos. (p.27)

Baralo (2013) precisa que la expresión oral constituye una destreza o habilidad de comunicación que no tiene sentido sin la comprensión, sin el procesamiento y la interpretación de lo escuchado. La expresión oral implica la interacción y la bidireccionalidad, en un contexto compartido, y en una situación en la que se deben negociar los significados. La comunicación es un proceso, una acción, basada en unas destrezas expresivas e interpretativas, por lo que la expresión oral debe entenderse como tal, junto a la comprensión oral, la lectura y la escritura.

El desarrollo de la teoría lingüística en las últimas décadas, con los estudios sobre la capacidad generativa y creativa del lenguaje, sobre los aspectos contextuales y situacionales de los interlocutores, sobre las características específicas del código oral frente al escrito, nos brinda una estructura conceptual rica y sutil para analizar en qué consiste esta destreza comunicativa. Si entendemos la complejidad de esta habilidad, se puede entender mejor las dificultades de nuestros alumnos y podremos diseñar actuaciones didácticas más eficaces y fundamentadas. (p.5)

Rincón y Rivera (2015) se expresan sobre la importancia de la expresión oral y que esta puede ser espontánea, pero también producto de una preparación rigurosa. Se debe promover las dos formas de expresión, de acuerdo al grado en que se ubiquen las personas. Habría que empezar por las experiencias más próximas a la persona, es decir, por los diálogos, mediante el trabajo por parejas; luego se pasa a las comunicaciones plurales, la expresión oral en grupo; posteriormente las duales, para que la persona adquiera actitudes de respeto por el otro que está hablando; y por último introducir las comunicaciones singulares, la exposición oral individual. Se observa, con frecuencia, que una persona con ideas claras sobre lo que quiere o pretende hacer, encuentra dificultades para expresarse ante los demás.

La finalidad que se persigue es, pues, que las personas aprendan a utilizar el lenguaje no solo para la obtención de un beneficio educativo, sino para el logro de una mayor confianza en sí mismos y una mejor conexión con el entorno. Al fortalecer la expresión oral se pretende que las personas comuniquen a los demás de forma adecuada no solamente contenidos, sino también emociones y pensamientos.

Para que esta comunicación oral sea eficaz se deben tener en cuenta algunos

factores fundamentales: La correcta articulación de las palabras, la pronunciación, la respiración adecuada, la disminución del ruido, el lenguaje corporal, la postura, los gestos, la expresión facial, el volumen de la voz, la duración de las frases, la fluidez de las palabras, la duración de las pausas, la velocidad, el ritmo, la intención comunicativa, los errores lingüísticos y las incorrecciones gramaticales, el uso correcto del idioma, la documentación sobre el tema a tratar.(pgs.32-33)

Martínez J. R. (2002) caracteriza la expresión oral en:

La expresión oral se ha trabajado poco educativamente por no tener la suficiente conciencia de ser susceptible de mejora a través de procesos pedagógicos.

Actualmente se va percibiendo la necesidad de mejorarla por ser el vehículo universal de comunicación y por su gran rentabilidad en todos los ámbitos, tanto personales como privados o públicos, hasta tal punto que la contempla, incluso, el propio Sistema Educativo.

El enfoque comunicativo, la pragmática y los medios tecnológicos están contribuyendo de modo muy significativo a su desarrollo educativo.

La globalización y la interculturalidad ayudarán al desarrollo de proyectos y actuaciones educativas que generen una didáctica para el desarrollo de habilidades comunicativas en expresión oral. La necesidad de hablar más lenguas, el fenómeno de la inmigración y las técnicas de la didáctica de las segundas lenguas aportarán muchos recursos para el desarrollo de estas habilidades comunicativas de carácter universal.

Conviene mimar la expresión oral desde perspectivas distintas: cognitivas, formales e, incluso, fónicas para el cuidado de la voz. Y también caer en la cuenta de que no existen recetas milagrosas, sino un trabajo educativo y pragmático constante. (pgs.71-72)

Solís y Paredes (2012) vinculan directamente la expresión oral y los programas de televisión, generando las siguientes precisiones.

El poder y las habilidades de la comunicación han llevado a estudiarla y practicarla durante siglos. La comunicación en los programas de televisión tiene el potencial de moldear identidades, relaciones, ambientes y culturas. Comprende desde las pláticas informales con amigos, familiares y

compañeros., hasta el uso de herramientas de comunicación tales como: el teléfono, el correo electrónico, entre otros.

Ahora, la expresión oral tiene la capacidad de utilizar la voz, los gestos y todos los recursos de expresividad de movimientos del hablante. La entonación de la voz, la gesticulación y los movimientos ayudan a interpretar con más exactitud el significado de los mensajes. Aunque muchas veces cometemos errores; usamos vocabulario con significados y pronunciación incorrecta; decimos frases incompletas; usemos repeticiones, redundancias, etcétera; sin embargo, para el escucha muchos de ellos pasan inadvertidos, por la rapidez o naturalidad del habla.

Nadie se preocupó de explicar que aprender a hablar en público requiere un aprendizaje en sí mismo y que es vital un ambiente de respeto, que no se debe castigar el error porque es parte del aprendizaje, y que hay técnicas y habilidades que se deben conocer y dominar antes de transformarse en un buen orador.

Las televidentes no son la excepción, a pesar de que a lo largo de su vida les enseñan estilos y géneros comunicativos, al expresarse en público muchos fracasan. Sin embargo, no deja de ser un problema para los profesionales de la comunicación. Es por esto que se deben dirigir a los televidentes y darles una guía para que sus comunicaciones ante las grandes masas en los programas de televisión sean además de veraces creíbles y convincentes.

La necesidad de la comunicación mediante la expresión oral y corporal se incrementa en la sociedad actual en la medida en que sus programas de televisión se han vuelto más abiertas, pluralistas y, por lo tanto, más complejas. Es innegable que en el interactuar más con personas de diferentes lugares, de diversas opiniones, en distintos ambientes y a través de variados medios, situaciones con la que se requiere que tengamos la habilidad y competencia suficiente para hablar, relacionarnos con los demás y, de esta manera cumplir nuestros objetivos. El lenguaje a través de los programas de televisión tiene un gran significado, expresa lo que cada uno lleva dentro, el cuerpo tiene un lenguaje que tiene su vocabulario, su gramática y otros.
(pgs.6-8)

2.1.3. Marco conceptual

Expresión oral. - Es cuando existe comunicación en el transcurso de un proceso de mucha destreza y habilidad expresiva y mucha interpretación de un tema.

Expresión facial. - Es cuando se realiza la expresión emocional y rasgos faciales de movimiento y no algo estático consiguiendo la comprensión de la comunicación de las demás personas.

Habilidades de la comunicación. - Es aquella capacidad para realizar envíos, poder recibir, elaborar y la emisión de información, opiniones y comportamientos orientadas para alcanzar objetivos particulares y de la organización Hay habilidades básicas de comunicación oralmente, escrito y no verbalizado, relacionadas con la comunicación con diversos públicos.

Lenguaje corporal. - Es aquella comunicación que se realiza a través de gestualidades, posturas físicas y el moverse para transmitir información a los demás.

Programa Sin Límites magazine. - Es un programa que hace difusión de las noticias, mucho entretenimiento, videos de música, turismo en general. Hay entrevistas a personalidades reconocidas.

Programa magazine. - Es un formato de programa que tiene muchos temas mezclados y variados para el público.

Preproducción. - Es el proceso de fijación o planificación de los elementos que tienen que ver con una presentación.

Producción de tv. - Es la ejecución de las ideas planificadas en preproducción. En esta fase se involucra las cámaras, los técnicos, dirección, decoración e iluminadores.

Postproducción. - Selección del material ya grabado para su edición y también montaje. Es la fase de la obtener el producto final a presentar al público.

Televidentes. - Persona que observa imágenes producidas transmitidas por televisión digital

III. HIPOTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis y variables de la investigación

3.1.1. Hipótesis general

Existe relación significativa entre el mensaje del programa Sin Límites Magazine y la expresión oral de los conductores en el Distrito de Ica.

3.1.2. Hipótesis específicas

HE 1

Existe relación significativa entre el mensaje verbal del programa Sin Límites Magazine y la expresión oral de los conductores en el Distrito de Ica.

HE 2

Existe relación significativa entre el mensaje gestual programa Sin Límites Magazine y la expresión oral de los conductores en el Distrito de Ica.

3.2. Sistema de variables

3.2.1. Variable independiente: Mensaje del programa Sin Límites Magazine

Indicadores

Mensaje Verbal

Mensaje Gestual

Comunicación efectiva

3.2.2. Variable dependiente: Expresión Oral

Indicadores

Uso de la voz

Uso de gestos

Estilos y géneros comunicativos

IV. METODOLOGIA

4.1. Tipo, nivel y diseño de investigación

El tipo de estudio es básico pues se consideró que exista un fundamento científico con respecto al programa Sin Límites Magazine y la expresión oral en el Distrito de Ica, siendo una investigación donde no se manipula las variables, solo se diagnostica la realidad problemática.

Artuch (2014) manifiesta que la investigación básica tiene por finalidad el estar ampliando el conocimiento científico para crear novedosas teorías o cambiando las que existen.

Nivel

Nivel descriptivo

Diseño

Se tiene el diseño correlacional para la presente investigación. Es correlacional, porque la intención es determinar si existe relación entre las variables de estudio.

Osada y Carrillo (2021) manifiestan que el diseño descriptivo correlacional es una expresión estadística que describe las variables e implica que la variación de una variable independiente se relaciona con otra variable dependiente.

4.1.1. Población y muestra

Población

La población de estudio fue de 178 comunicadores del Distrito de Ica.

Fuente: Colegio Departamental de Periodistas de Ica (2020).

Para el presente estudio se tiene en cuenta el muestreo no probabilístico mediante el muestreo intencional para seleccionar a los integrantes de la muestra de estudio.

Luego, se tiene la fórmula para el tamaño de muestra:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{(N - 1) \cdot E^2 + PQZ^2}$$

Donde:

Z = Nivel de confianza = 95% = 1.96

P = Probabilidad de éxito, o proporción esperada = 0.5

Q = Probabilidad de fracaso = 1 - p

D = Precisión (error máximo admisible en términos de proporción) = 5%

N = Población

Reemplazando en la fórmula:

$$n = \frac{1.962 \times 0.50 \times 0.50 \times 178}{(178 - 1) \times (0.052) + 0.50 \times 0.50 \times 1.962}$$

$$n = \frac{170.9512}{0.4425 + 0.9604}$$

$$n = 121.08$$

Muestra: 121 comunicadores

4.1.2. Técnicas de recolección de datos

La técnica de la encuesta fue aplicada y contiene 10 preguntas estructuradas y coherentes en la problemática tratada.

4.1.3. Instrumentos de recolección de datos

El cuestionario es aplicado y respondido por los 121 comunicadores de la Provincia de Ica. Para ello, se empleó un tiempo estimado para las encuestas de 15 minutos por cada usuario, quienes con mucho interés han respondido las primeras 5 preguntas que tiene que ver con la variable independiente: Sin Límites Magazine marcando “SI” o “NO”.

Luego, se tiene otras 5 preguntas que tiene que ver con la variable dependiente: expresión oral siendo las respuestas: “SI” o “NO.

4.1.4. Técnicas de procesamiento, análisis e interpretación de resultados

Se realizó la organización de los datos luego del trabajo de campo aplicando el cuestionario a los integrantes de la muestra. Luego, se ha tabulado la información realizando la descarga respetando las respuestas.

Clasificación: La información de los cuestionarios fueron clasificados en relación a las preguntas, objetivos e hipótesis del estudio para evidenciar la problemática tratada.

Tabulación: Se ha tabulado la base de datos siguiendo estrictamente las respuestas de los comunicadores organizándolo en frecuencias y porcentajes.

Descripción: Los datos obtenidos de la realidad y plasmados en tablas y gráficos fueron descritos por cada variable de estudio.

4.1.5. Presupuesto

Tabla 1
Presupuesto General

Partida	Descripción	Unidad de Medida	Costo Unitario	Costo Total
Potencial humano	Asesor metodológico	01	1,200.00	2,000.00
	Asesor Estadístico	01	800.00	
Materiales	Papel Bond A- 4	02 millar	30.00	190.00
	Lapicero, Resaltador	03 unidades	10.00	
	Empastado	01	150.00	
Servicios	Fotocopias	02 centenares	20.00	620.00
	Movilidad	20	400.00	
	Refrigerios	10	200.00	
Total				2,810.00

Nota: Elaboración propia

4.1.6. Cronograma

Tabla 2
Cronograma de actividades

Actividades	Cronograma											
	Diciembre 2019				Enero 2020				Febrero 2020			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elaboración del proyecto	X	X										
Revisión bibliográfica			X	X								
Preparación de instrumentos					X							
Recolección de datos						X						
Procesamiento de los datos							X					
Análisis e interpretación de resultados								X				
Presentación del borrador del Informe Final									X			
Aprobación del Informe Final								X	X	X		
Sustentación												X

Nota: Elaboración propia

V. RESULTADOS

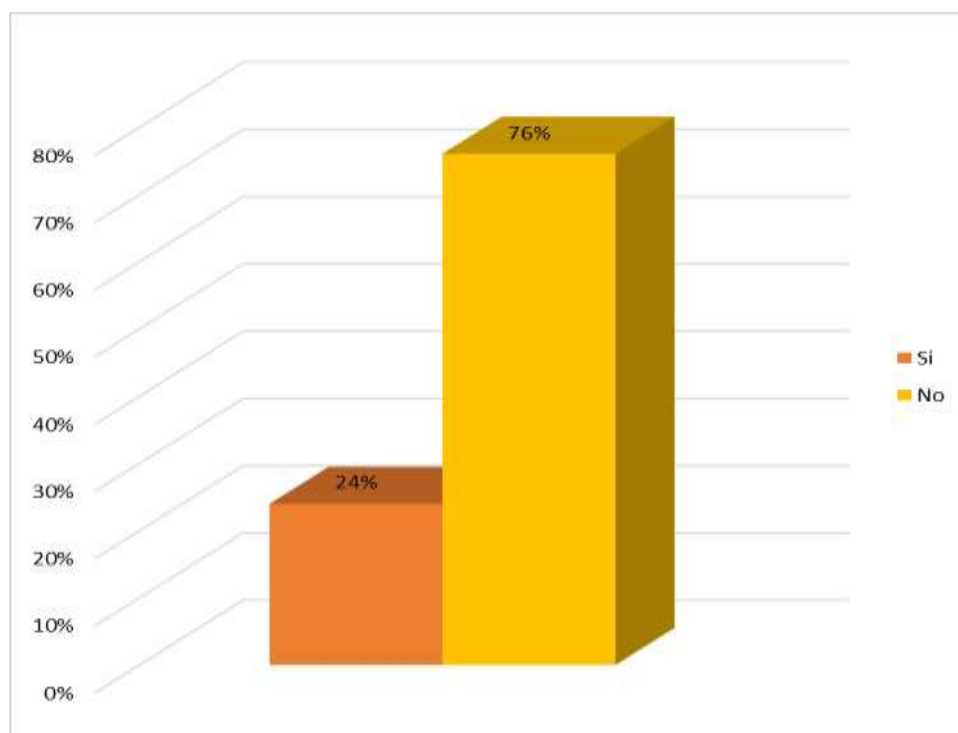
5.1. Presentación y análisis de los resultados

1.- ¿Crees que tiene importancia el Programa Sin Límites Magazine en el Distrito de Ica??

Tabla 3

Respuestas	Frecuencia	%
SI	34	24 %
NO	66	76 %
Total	121	100 %

Gráfico 1



Fuente: Cuestionario

Interpretación

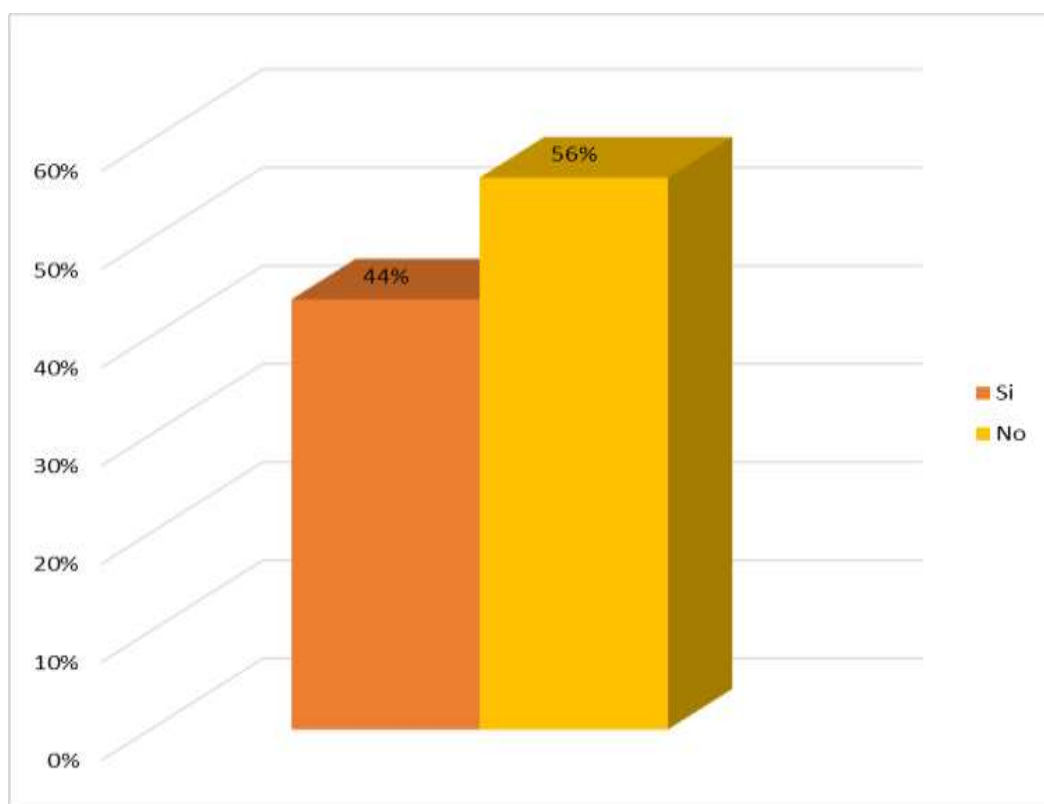
Luego de aplicar el cuestionario a los 121 comunicadores integrantes de la muestra, un 24% que representa a 29 comunicadores opinaron que si creen que tiene importancia el Programa Sin Límites Magazine en el Distrito de Ica; luego un gran porcentaje 76% equivalente a 92 comunicadores opinaron que no creen que tiene importancia el Programa Sin Límites Magazine en el Distrito de Ica, lo cual evidencia la realidad problemática investigada.

2.- ¿Crees que se cumple la función de expresarse y/o opinar en el Programa Sin Límites Magazine?

Tabla 4

Respuestas	Frecuencia	%
SI	53	44 %
NO	68	56 %
Total	121	100 %

Gráfico 2



Fuente: Cuestionario

Interpretación

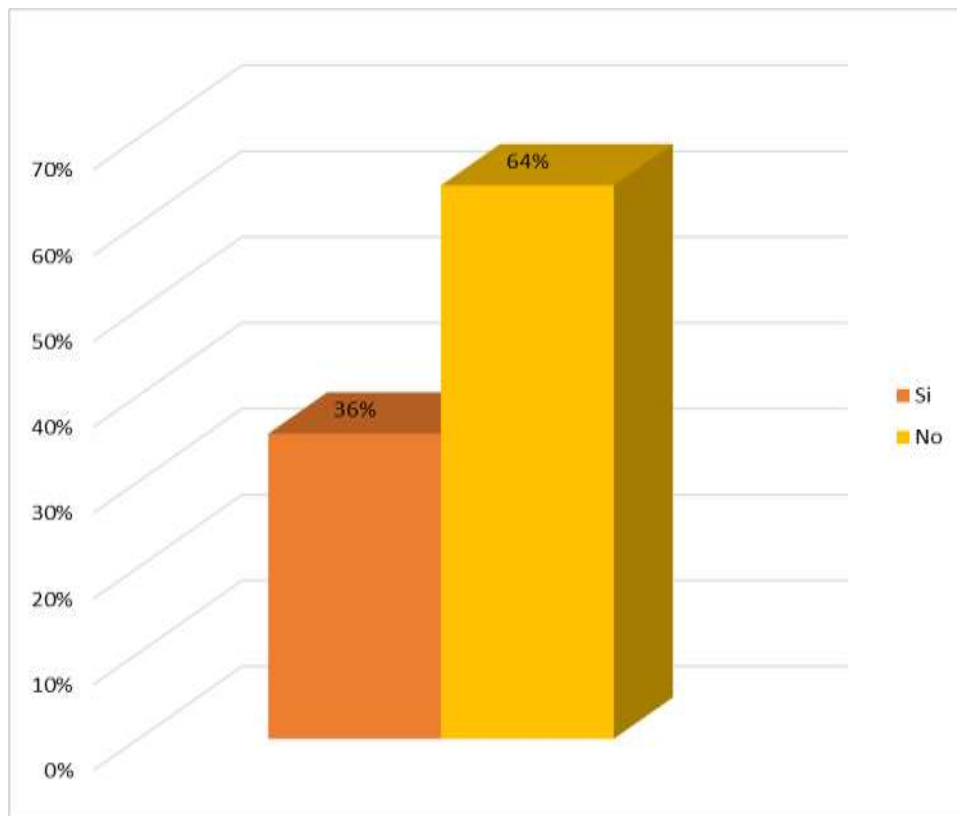
Del total de la muestra, un 44% equivalente a 53 comunicadores opinaron si creer que se cumple la función de expresarse y/o opinar en el Programa Sin Límites Magazine; luego un gran porcentaje 56% correspondiente a 68 comunicadores opinaron no creer que se cumple la función de expresarse y/o opinar en el Programa Sin Límites Magazine

3.- Crees que hay influencia del Programa Sin Límites Magazine en el Distrito de Ica?

Tabla 5

Respuestas	Frecuencia	%
SI	43	36 %
NO	78	64 %
Total	121	100 %

Gráfico 3



Fuente: Cuestionario

Interpretación

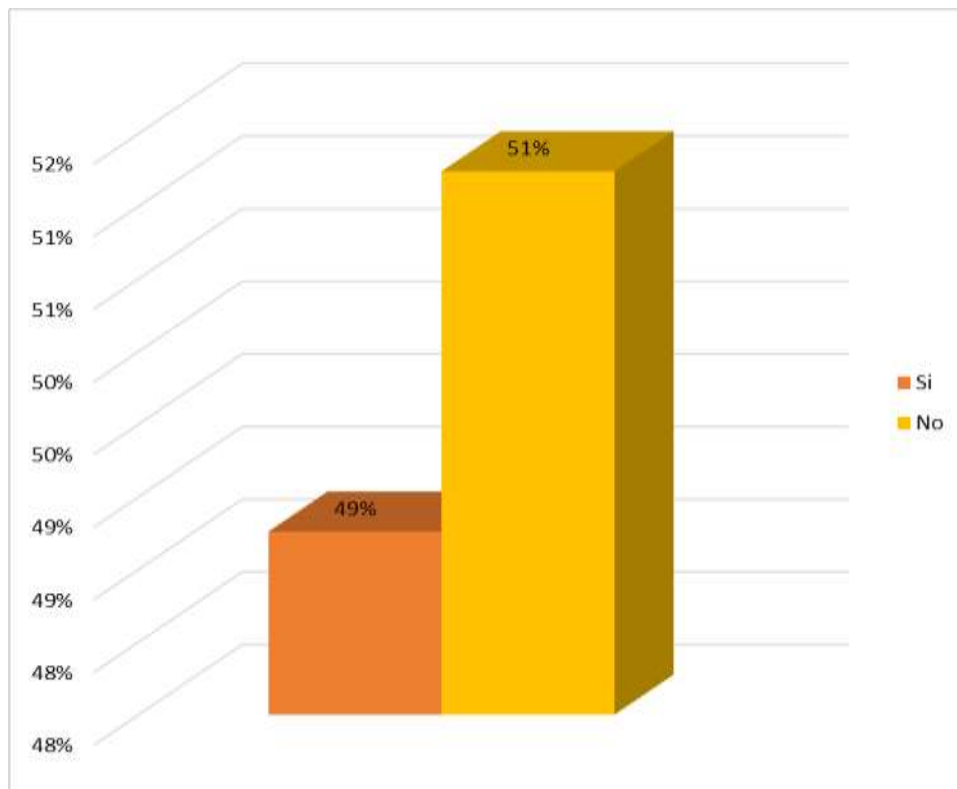
Luego de realizar el trabajo de campo, un 36% equivalente a 43 comunicadores marcaron que si creen que hay influencia del Programa Sin Límites Magazine en el Distrito de Ica; luego un gran porcentaje 64% equivalente a 78 comunicadores opinaron no creer que hay influencia del Programa Sin Límites Magazine en el Distrito de Ica.

4.- ¿Crees que el Programa Sin Límites Magazine emite noticias importantes con frecuencia?

Tabla 6

Respuestas	Frecuencia	%
SI	59	49 %
NO	62	51 %
Total	121	100 %

Gráfico 4



Fuente:Cuestionario

Interpretación

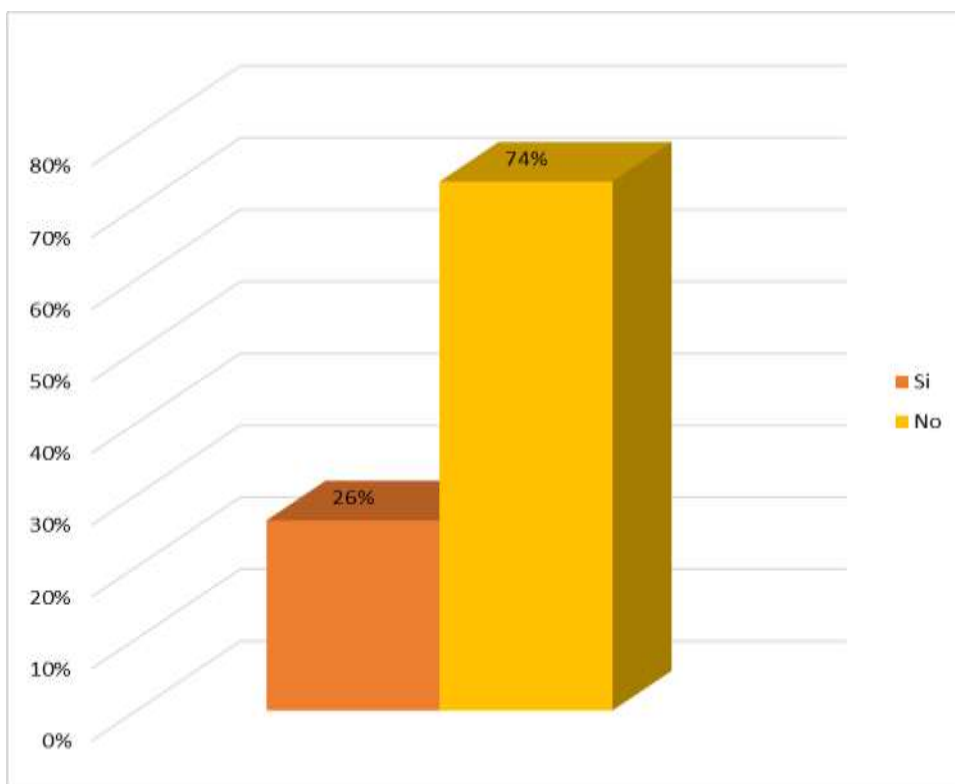
Luego de aplicar el cuestionario a los 121 comunicadores integrantes de la muestra, un 49% equivalente a 59 comunicadores respondieron que si creen que el Programa Sin Límites Magazine emite noticias importantes con frecuencia; también un gran porcentaje 51% correspondiente a 62 comunicadores respondieron que no creen que el Programa Sin Límites Magazine emite noticias importantes con frecuencia.

5.- ¿Crees que el Programa Sin Límites Magazine emite entretenimiento, videos, música, cine de la localidad iqueña?

Tabla 7

Respuestas	Frecuencia	%
SI	32	26 %
NO	89	74 %
Total	121	100 %

Gráfico 5



Fuente: Cuestionario

Interpretación

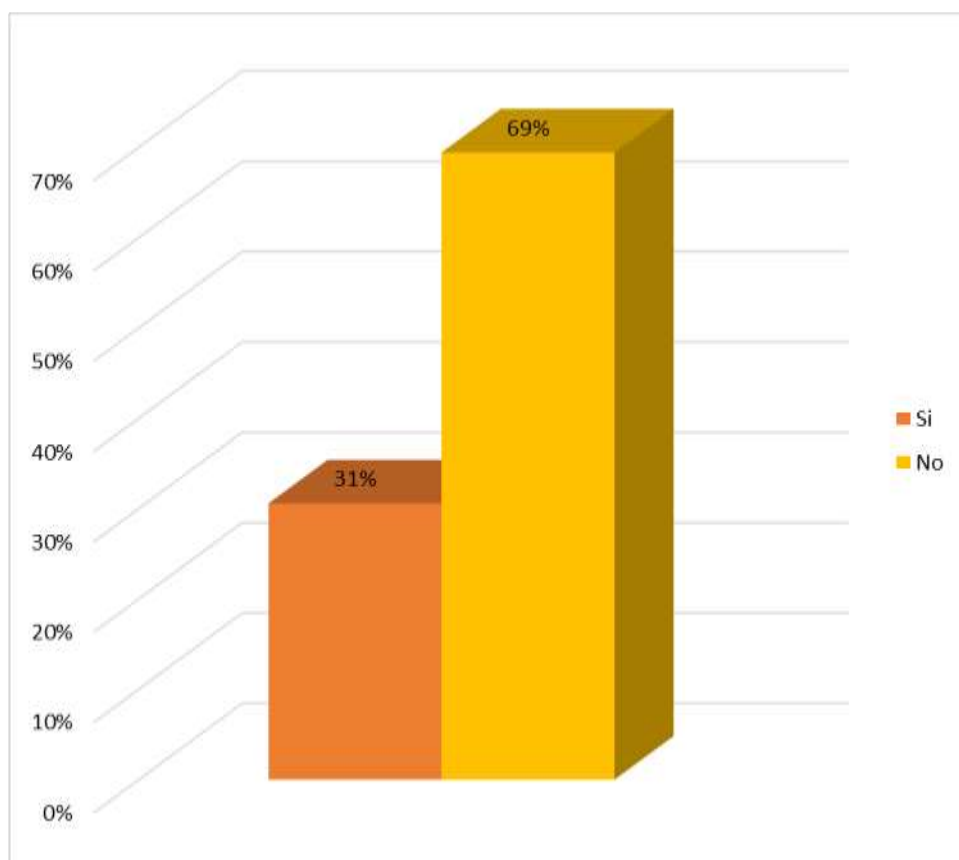
Se ha encontrado lo siguiente en la muestra total, donde un 26% equivalente a 32 comunicadores respondieron que si creen que el Programa Sin Límites Magazine emite entretenimiento, videos, música, cine de la localidad iqueña con frecuencia; también un gran porcentaje 74% correspondiente a 89 comunicadores han opinado que no creen que el Programa Sin Límites Magazine emite entretenimiento, videos, música, cine de la localidad iqueña con frecuencia.

6.- ¿Crees que el programa Sin Límites Magazine le toma importancia a la expresión oral de los comunicadores?

Tabla 8

Respuestas	Frecuencia	%
SI	37	31 %
NO	84	69 %
Total	121	100 %

Gráfico 6



Fuente:Cuestionario

Interpretación

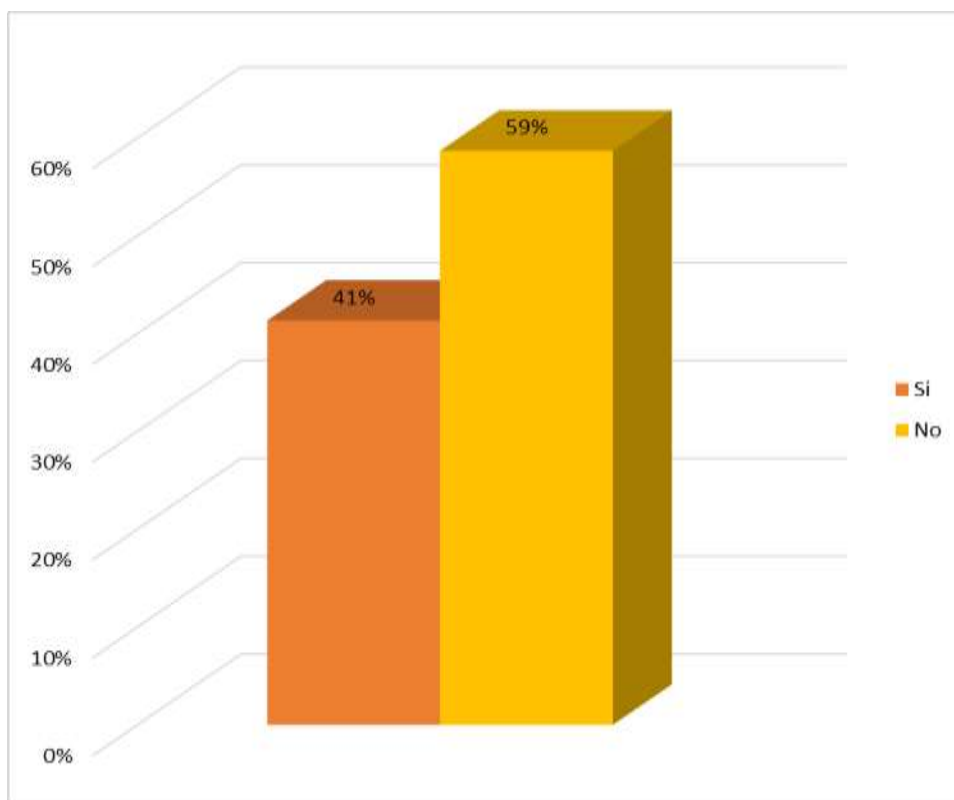
Se presentan los porcentajes de los 121 comunicadores encuestados donde un 31% equivalente a 37 comunicadores opinaron que, si creen que el programa Sin Límites Magazine le toma importancia a la expresión oral de los comunicadores, luego una mayoría de 69% correspondiente a 84 comunicadores opinaron que no creen que el programa Sin Límites Magazine le toma importancia a la expresión oral de los comunicadores.

7.- ¿Crees que el programa Sin Límites Magazine le toma importancia a la expresión oral usando la voz?

Tabla 9

Respuestas	Frecuencia	%
SI	50	41 %
NO	71	59 %
Total	121	100 %

Gráfico 7



Fuente: Cuestionario

Interpretación

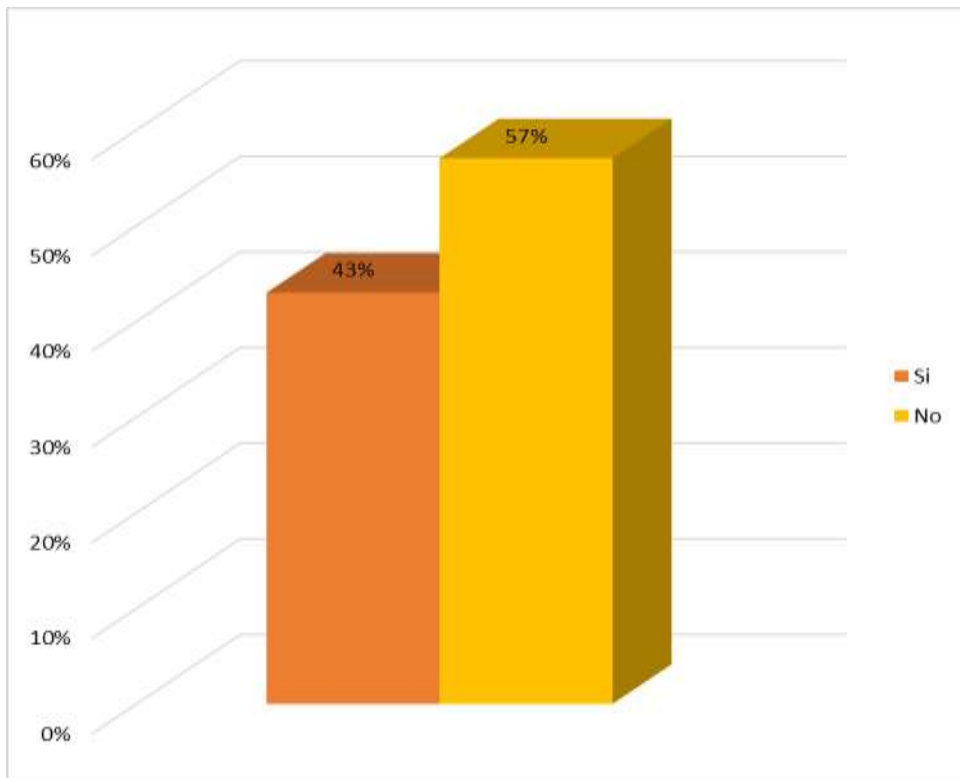
Luego de realizar el trabajo de campo con los comunicadores del programa Sin Límites Magazine, hay un 41% equivalente a 50 comunicadores quienes opinaron que si creen que el programa Sin Límites Magazine le toma importancia a la expresión oral usando la voz; luego un 59% equivalente a 71 comunicadores opinaron que no creen que el programa Sin Límites Magazine le toma importancia a la expresión oral usando la voz.

8.- ¿Crees que el programa Sin Límites Magazine le toma importancia a la expresión oral usando gestos?

Tabla 10

Respuestas	Frecuencia	%
SI	52	43 %
NO	69	57 %
Total	121	100 %

Gráfico 8



Fuente: Cuestionario

Interpretación

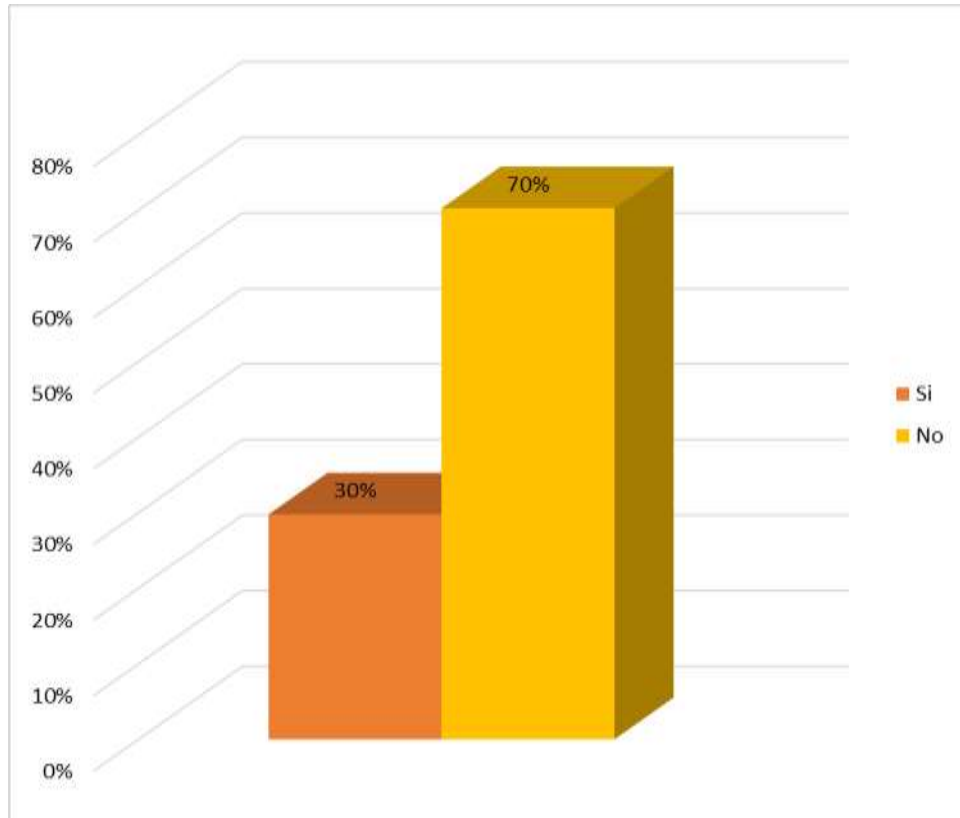
Del cuestionario aplicado se obtiene un 43% equivalente a 52 comunicadores quienes opinaron que si creen que el programa Sin Límites Magazine le toma importancia a la expresión oral usando gestos; luego un mayor porcentaje de 57% correspondiente a 69 comunicadores opinaron que no creen que el programa Sin Límites Magazine le toma importancia a la expresión oral usando gestos.

9.- ¿Crees que se aprende a hablar en público mediante el programa Sin Límites Magazine?

Tabla 11

Respuestas	Frecuencia	%
SI	36	30 %
NO	85	70 %
Total	121	100 %

Gráfico 9



Fuente: Cuestionario

Interpretación

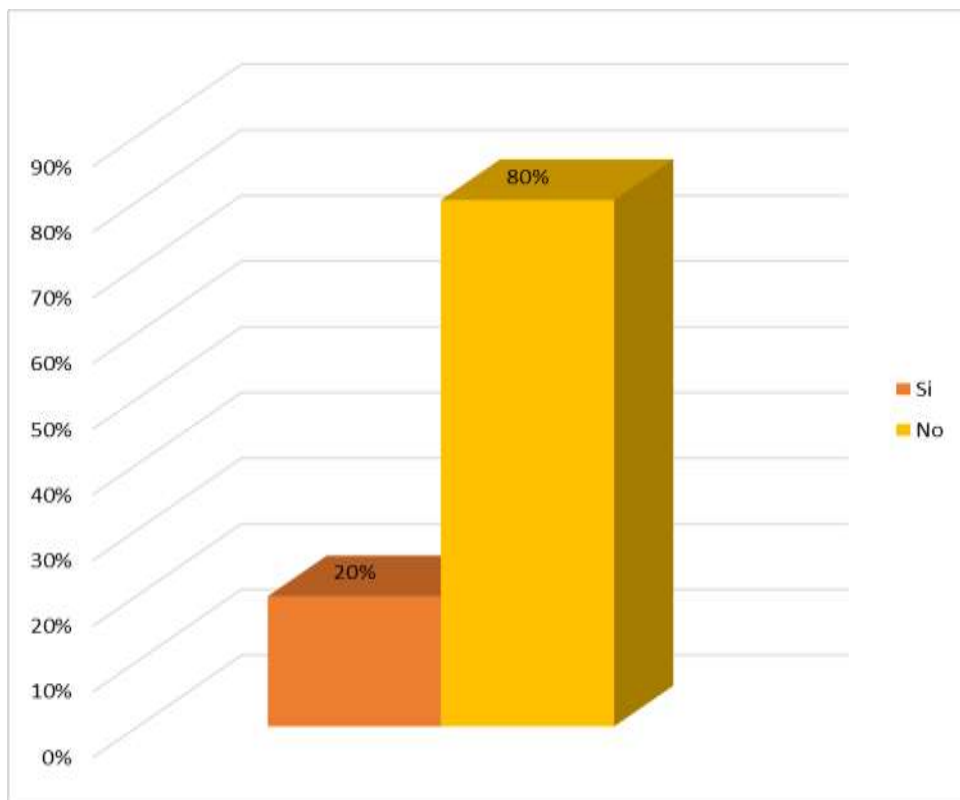
De las preguntas aplicadas se ha obtenido un 30% equivalente a 36 comunicadores quienes opinaron si creer que se aprende a hablar en público mediante el programa Sin Límites Magazine; también un 70% correspondiente a 85 comunicadores opinaron no creer que se aprende a hablar en público mediante el programa Sin Límites Magazine.

10.- ¿Crees que el programa Sin Límites Magazine promueve estilos y géneros comunicativos?

Tabla 12

Respuestas	Frecuencia	%
SI	24	20 %
NO	97	80 %
Total	121	100 %

Gráfico 10



Fuente: Cuestionario

Interpretación

Las respuestas de los 121 comunicadores presentan a un 20% equivalente a 24 comunicadores quienes opinaron si creer que el programa Sin Límites Magazine promueve estilos y géneros comunicativos; luego un 80% correspondiente a 97 comunicadores opinaron no creer que el programa Sin Límites Magazine promueve estilos y géneros comunicativos.

DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Luego de desarrollar la estadística relacionada con las respuestas de los comunicadores del Programa Sin Límites Magazine, se ha encontrado descriptivamente en base a los indicadores de la variable Programa Sin Límites Magazine que un 76% equivalente a 66 comunicadores opinaron que no creen que tiene importancia el Programa Sin Límites Magazine en el Distrito de Ica, un 56% correspondiente a 68 comunicadores opinaron no creer que se cumple la función de expresarse y/o opinar en el Programa Sin Límites Magazine. Luego, un 64% equivalente a 78 comunicadores opinaron no creer que hay influencia del Programa Sin Límites Magazine en el Distrito de Ica. Un 51% correspondiente a 62 comunicadores respondieron que no creen que el Programa Sin Límites Magazine emite noticias importantes con frecuencia y un 74% correspondiente a 89 comunicadores han opinado que no creen que el Programa Sin Límites Magazine emite entretenimiento, videos, música, cine de la localidad iqueña con frecuencia.

Ahora, teniendo en cuenta los indicadores de la variable expresión oral se tiene un 69% correspondiente a 84 comunicadores que no creen que el programa Sin Límites Magazine le toma importancia a la expresión oral de los comunicadores. Un 59% equivalente a 71 comunicadores opinaron que no creen que el programa Sin Límites Magazine le toma importancia a la expresión oral usando la voz, un 57% correspondiente a 69 comunicadores opinaron que no creen que el programa Sin Límites Magazine le toma importancia a la expresión oral usando gestos. Luego, un 70% correspondiente a 85 comunicadores opinaron no creer que se aprende a hablar en público mediante el programa Sin Límites Magazine y un 80% correspondiente a 97 comunicadores opinaron no creer que el programa Sin Límites Magazine promueve estilos y géneros comunicativos.

Es así que teniendo como referente el enfoque inductivo del estudio se confirmó que los indicadores son partes de las variables involucradas y también considerando las bases teóricas existentes, por ello se puede afirmar que si el programa Sin Límites Magazine no es utilizada para expresarse sobre temas variados entonces la expresión oral no es usado con frecuencia en el Distrito de Ica, hecho que resalta la realidad problemática investigada.

Los resultados del presente trabajo de investigación son apoyados por Pilas (2017) quien señala los programas tienen un grupo de profesionales que promueven varias propuestas y si es interesante para la audiencia ésta continúa difundándose como por ejemplo los programas Magazine. Cuando se produce y emite un magazine elegido se aprecia escasez de recursos humanos, hay gerencia vertical al momento de las decisiones, no hay expresión

oral en especial de los espectadores en días de emisión. También, son apoyados por López et al (2017) quien manifiesta la expresión oral es una habilidad relevante y utilitario para convivir en la vida. Luego, Castillo (2018) dice la expresión oral en el programa radial acepta las ideas con pautas referenciales establecidos. La expresión oral no solo ocurre para exponer ideas sino para la vida cotidiana. El programa radial se difunde vía online y también con frecuencia radial. Son emisoras que se establecen en el espacio público juvenil con ansias de expresarse oralmente.

CONCLUSIONES

La presente investigación concluye que:

1. No existe la relación entre el mensaje del programa Sin Límites Magazine y la expresión oral de los conductores en el Distrito de Ica, 2020, esto se evidencia puesto que un 76% equivalente a 66 comunicadores opinaron que no creen que tiene importancia el Programa Sin Límites Magazine en el Distrito de Ica, un 56% correspondiente a 68 comunicadores opinaron no creer que se cumple la función de expresarse y/o opinar en el Programa Sin Límites Magazine. Luego, un 64% equivalente a 78 comunicadores opinaron no creer que hay influencia del Programa Sin Límites Magazine en el Distrito de Ica. También, un 69% correspondiente a 84 comunicadores que no creen que el programa Sin Límites Magazine le toma importancia a la expresión oral de los comunicadores. Un 59% equivalente a 71 comunicadores opinaron que no creen que el programa Sin Límites Magazine le toma importancia a la expresión oral usando la voz, un 57% correspondiente a 69 comunicadores opinaron que no creen que el programa Sin Límites Magazine le toma importancia a la expresión oral usando gestos.
2. No existe relación entre el mensaje verbal del programa Sin Límites Magazine y la expresión oral de los conductores en el Distrito de Ica, porque un 51% correspondiente a 62 comunicadores respondieron que no creen que el Programa Sin Límites Magazine emite noticias importantes con frecuencia y un 74% correspondiente a 89 comunicadores han opinado que no creen que el Programa Sin Límites Magazine emite entretenimiento, videos, música, cine de la localidad iqueña con frecuencia.
3. No existe relación entre el mensaje gestual del programa Sin Límites Magazine y la expresión oral de los conductores en el Distrito de Ica ya un 70% correspondiente a 85 comunicadores opinaron no creer que se aprende a hablar en público mediante el programa Sin Límites Magazine y un 80% correspondiente a 97 comunicadores opinaron no creer que el programa Sin Límites Magazine promueve estilos y géneros comunicativos.

RECOMENDACIONES

- El Programa Sin Límites Magazine debe cumplir a cabalidad también la función del derecho de expresión para con sus comunicadores y si es posible en tiempo real vía online.
- Si el Programa Sin Límites Magazine quiere trascender en el Distrito de Ica debe hacer más dinámica y activa la comunicación con sus comunicadores y los potenciales nuevos comunicadores pues no se trata sólo de diversión también de la responsabilidad de tratar temas de interés social.
- El Programa Sin Límites Magazine debe emitir noticias de interés para el público en horarios establecidos para el comunicador adulto o adulto mayor. No solo para jóvenes iqueños.
- La expresión oral debe ser respetado por el Programa Sin Límites Magazine teniendo en cuenta entrevistas y/o reuniones virtuales con sus públicos hablando con ellos e interesarse por sus problemáticas y de la realidad iqueña. No solo de los temas nacionales.

Referencias bibliográficas

- BARALO M. (2013) El desarrollo de la expresión oral en el aula de E/LE. España: Universidad Antonio de Nebrija. p.5 Recuperado de http://aularagon.catedu.es/materialesaularagon2013/fepa/zips/Modulo_5/Baralo_expresion_oral.pdf
- BECERRA M. E. Z. (2019) Influencia de la Era Digital en el formato Magazine Televisivo. Tesis para optar el Título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Martín de Porras. Perú. Recuperado de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/5734/ZU%D1IGA_BM.pdf;jsessionid=EE5EA4568FE9C76E3010B02C8DFBE5B9?sequence=1
- CASTILLO L. G. D. (2018). Influencia del programa radial ¡Qué paja! en la expresión oral de los estudiantes de la I.E. Pascual Saco Oliveros – Ate 2018. Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo. Lima-Perú.
- CERVANTES (2020) Expresión oral. España: Instituto Cervantes. Recuperado de https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/expresionoral.htm
- CADENA SUR CANAL 15 (2020) Información de usuarios de Facebook programa Sin límites Magazine. Ica-Perú. Recuperado de <https://www.facebook.com/SinLimitesmagazine.ica>
- HIDALGO M.J. (2011) Diseño del programa piloto de TV “Ten Magazine”. Tesis para obtener el Título de Licenciada en Comunicación, con Mención en Periodismo para Prensa, Radio y Televisión de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8320/CAP%C3%8DTULOS%20TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- HUACACHINA TV CANAL 25 (2019) Información de Facebook. Ica-Perú. Recuperado de <https://www.facebook.com/SinLimitesmagazine.ica>
- LÓPEZ P., et al (2017) Influencia de la televisión, canal TN8, Programa Noticioso Crónica TN8, en la expresión oral de las/os estudiantes de octavo grado A, del Instituto Público Lic. Lucinda Rosa Videa Rodríguez del Municipio de Pueblo Nuevo. Tesis para optar el Título de Licenciatura en Lengua y Literatura Hispánica de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.

- LÓPEZ y NIETO (2013) El magazine televisivo: equipos de trabajo como fórmula de innovación docente España: Revista Historia y Comunicación Social. Vol. 18. Nº 1.
- LÓPEZ y REDRUEJO (2013) El Magazine Televisivo como estructura generadora de valor agregado para un trabajo en equipo. España: Universidad Nebrija.
- MARTÍNEZ J. R. (2002) La Expresión Oral. España: Universidad de La Rioja. MORENO J.I.M. (2016). La Expresión Oral. Tesis para obtener Titulación del Programa de Complementación Universitaria y Titulación de la Universidad César Vallejo. Lima-Perú. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/17661/Mendoza_MJI.pdf;jsessionid=75CBE57A6BCB3F780DC4533E4E6DB13E?sequence=4
- PILAS M. (2017). Producción de un magazine de televisión en vivo Argentina: Universidad Fasta. p.4. Recuperado de http://redi.ufasta.edu.ar:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1338/2017_CS_001.pdf?sequence=1
- RINCÓN y RIVERA (2015) Fortalecimiento de la expresión oral en un contexto de interacción comunicativa. Colombia: Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.
- SOLÍS Y PAREDES (2012) Estrategias para el mejoramiento de la expresión oral y corporal de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social para el desenvolvimiento profesional en los Medios de Comunicación Audiovisual (Radio y Televisión). Tesis para obtener el Título de Licenciada en Comunicación Social, mención Periodismo de la Universidad Estatal de Milagro. Ecuador.
- UNIDAD DE IMAGEN INSTITUCIONAL (2011). Programa de TV "AYER Y HOY", emitirá reportajes de nuestros atractivos turísticos. Ica. Gobierno Regional de Ica. Recuperado de http://www.regionica.gob.pe/web/index.php?option=com_content&view=article&id=1480:el-programa-qayer-y-hoyq-de-frecuencia-latina-emitira-reportajes-de-nuestros-atractivos-turisticos&catid=10&Itemid=35
- VIDALES y GÓMEZ (2015) El magazine radiofónico: La evolución de un formato híbrido de éxito en las cadenas generalistas. España: Universidad de Sevilla. Recuperado de <https://institucionales.us.es/ambitos/el-magazine-radiofonico-la-evolucion-de-un-formato-hibrido-de-exito-en-las-cadenas-generalistas/>

1.1.2. Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>Problema General ¿Cuál es la relación entre el mensaje del programa Sin Límites Magazine y la expresión oral de sus comunicadores en el Distrito de Ica, 2020?</p> <p>Problemas Específicos: ¿Cuál es la relación entre el mensaje verbal del programa Sin Límites Magazine y la expresión oral de sus comunicadores en el Distrito de Ica, 2020?</p> <p>¿Cuál es la relación entre el mensaje gestual del programa Sin Límites Magazine y la expresión oral de sus comunicadores en el Distrito de Ica, 2020?</p>	<p>Objetivo General Identificar la relación entre el mensaje programa Sin Límites Magazine y la expresión oral de sus comunicadores en el Distrito de Ica, 2020</p> <p>Objetivos Específicos Identificar la relación entre el mensaje verbal del programa Sin Límites Magazine y la expresión oral de sus comunicadores en el Distrito de Ica, 2020</p> <p>Identificar la relación entre el mensaje gestual del programa Sin Límites Magazine y la expresión oral de sus comunicadores en el Distrito de Ica, 2020</p>	<p>Hipótesis General Existe relación significativa entre el mensaje del programa Sin Límites Magazine y la expresión oral de sus comunicadores en el Distrito de Ica.</p> <p>Hipótesis Específicas Existe relación significativa entre el mensaje verbal del programa Sin Límites Magazine y la expresión oral de sus comunicadores en el Distrito de Ica</p> <p>Existe relación significativa entre el mensaje gestual del programa Sin Límites Magazine y la expresión oral de sus comunicadores en el Distrito de Ica</p>	<p>Variable Independiente: Mensaje Programa Sin Límites Magazine</p> <p>Indicadores: Mensaje verbal Mensaje gestual Comunicación efectiva</p> <p>Variable Dependiente: Expresión Oral</p> <p>Indicadores: Uso de la voz Uso de los gestos Estilos y géneros comunicativos</p>	<p>-Diseño de investigación: Descriptivo</p> <p>-Tipo de investigación: Básico</p> <p>-Población y muestra: La población fue de 135 comunicadores del programa Sin Límites Magazine en el Distrito de Ica.</p> <p>La muestra fue de 100 comunicadores del programa Sin Límites Magazine en el Distrito de Ica.</p> <p>-Técnicas e instrumentos de recolección de datos -Técnica: La encuesta -Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Técnicas de análisis de datos - Clasificación: La información de los cuestionarios fueron clasificados en relación a las preguntas, objetivos e hipótesis del estudio para evidenciar la problemática tratada. - Tabulación: Se ha tabulado la base de datos siguiendo estrictamente las respuestas de los comunicadores organizándolo en frecuencias y porcentajes. - Descripción: Los datos obtenidos de la realidad y plasmados en tablas y gráficos fueron descritos por cada variable de estudio.</p>

