



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS  
DE LA COMUNICACIÓN**

**“Percepción del discurso radiofónico del programa digital Moloko  
podcast en los seguidores de su fan page de Facebook, 2020”**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

**AUTOR:**

Estrada Satalaya, José Javier (ORCID: 0000-0002-9999-2251)

**ASESOR:**

Dr. Ramos Palacios, Wilder Fabio (ORCID: 0000-0002-3730-1638)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LIMA – PERÚ

2020

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo está dedicado a mi madre, mi padre, hermanos y familia que estuvieron dándome ánimos desde el principio también a todos los soñadores que a pesar de las dificultades buscan cumplir sus metas

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mis profesores por los conocimientos brindados, a mis padres por su comprensión, a mi hermana por cada granito de arena que me sirvió de ayuda y a todas aquellas personas que fueron un apoyo emocional, económico y académico para lograr esta meta,

## Índice de contenidos

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de Tablas	v
Índice de Figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
<b>I. Introducción</b>	<b>1</b>
<b>II. Marco Teórico</b>	<b>4</b>
<b>III. Metodología</b>	<b>12</b>
3.1. Tipo y diseño	12
3.2. Variables de operacionalización	12
3.3. Población	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	14
3.5. Procedimientos	15
3.6. Métodos de análisis de datos	15
3.7. Aspectos éticos.	16
<b>IV. Resultados</b>	<b>17</b>
<b>V. Discusión</b>	<b>21</b>
<b>VI. Conclusiones</b>	<b>25</b>
<b>VII. Recomendaciones</b>	<b>26</b>
<b>VIII. Referencias</b>	<b>28</b>
<b>IX. Anexos</b>	

## Índice de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Validación del instrumento: Calidad del servicio	15
Tabla 2. Tabla Confiabilidad Alfa de Crombach	15
Tabla 3. Percepción del discurso radiofónico	17
Tabla 4. Percepción de la dimensión referencial	18
Tabla 5. Percepción de la dimensión enunciativa	19
Tabla 6. Percepción de la dimensión estructural	20

## Índice de gráficos y figuras

	Pág.
Figura 1. Formula de muestra de población finita	14
Figura 2. Percepción del discurso radiofónico	17
Figura 3. Percepción de la dimensión referencial	18
Figura 4. Percepción de la dimensión enunciativa	19
Figura 5. Percepción de la dimensión estructural	20

## Resumen

La presente investigación tuvo como objeto de estudio al Podcast Moloko un programa emitido enteramente en redes sociales el cual ha logrado una gran popularidad en menos de un año de creación, por ello y teniendo en cuenta que este tipo de formatos están logrando más reconocimiento en los últimos años se procedió a realizar el estudio.

Esta investigación tienen un enfoque cuantitativo además es del tipo aplicada no experimental y diseño descriptivo, La población fueron los seguidores del fanpage del programa Moloko podcast en Facebook de los cuales se tomó como muestra a 352 seguidores, para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta y se aplicó a la muestra un cuestionario de 34 preguntas en escala Likert.

Como resultado se observó que el discurso radiofónico del programa Moloko podcast tiene una gran aceptación y es percibido como bueno concluyendo que esto se debe al buen manejo de las dimensiones referencial, enunciativa y estructural las cuales armonizan aspectos como el lenguaje radiofónico, la generación de empatía y la estructura que se utiliza.

**Palabras clave:** discurso, radio, podcast, facebook

## **Abstract**

The purpose of this research was to study the Moloko Podcast, a program broadcast entirely on social networks which has achieved great success in less than a year of creation, for this reason and taking into account that this type of format is achieving more recognition in recent years. years the study was carried out.

This research has a quantitative approach, it is also of the applied non-experimental type and descriptive design. The population was the followers of the fanpage of the Moloko podcast program on Facebook, of which 352 followers can be chosen as a sample. survey technique and a questionnaire of 34 questions on a Likert scale was applied to the sample.

As a result, it was determined that the radio discourse of the Moloko podcast program has a great acceptance and is perceived as good, concluding that this is due to the good management of the referential, enunciative and structural dimensions which harmonize aspects such as radio language, the generation of empathy and the structure that is used.

**Keywords:** speech, radio, podcast, facebook

## **I. INTRODUCCIÓN:**

Para hablar de cualquier producto dentro de la red es necesario remontarse a la raíz de todos estos fenómenos la web 2.0, no cabe duda que a lo largo del tiempo la tecnología evoluciona, y siendo el Internet el último gran invento que transformo la historia tal y como se conocía, también está regida a estas transformaciones, la web 2.0 conocida también como web social, son todos aquellos sitios web las cuales le dieron al usuario un papel más protagónico dentro de la red, según Fumero y Roca. (2007) la llegada de la web 2.0 no solo transformo al internet en un espacio social para el público en general sino que dio inicio a una verdadera sociedad de la información, la comunicación y/o el conocimiento. En este proceso de creación aparecen diferentes formatos y plataformas como los blogs, video blogs, wikis o redes sociales entre otras gozan de buena aceptación por parte del público y que hoy en día forman parte de nuestra cotidianidad, a pesar de ello también aparecieron otros formatos que no gozaron de popularidad en un principio, este fue el caso del podcast un formato con alma radiofónica que siempre estuvo relegado.

Hoy en día el podcast es digno de interés ya que en los últimos 4 años ha logrado una gran popularidad incluso se habla del boom de este formato según los ranking de las plataformas Spotify y iVoox, las cuales son los sitios más populares dedicadas a la difusión de este tipo contenido e incluso ha logrado hacerse masivo en países como EE UU, España o México, esto debido en gran parte al desarrollo de dispositivos como los Smartphone o las tablets y sus velocidades de navegación lo cual hacen que este formato sea mucho más accesible al público.

En el Perú no existe un registro fidedigno con el cual se pueda saber quién realizó el primer podcast pues al ser un formato utilizado por principiantes nunca quedaron registrados, lo que sí se puede asegurar es que el primer podcast que gozó de una pequeña popularidad fue “El Langoy” lanzado el año 2014, esto gracias a que este podcast creó una comunidad en Facebook además de asociarse con el blog Utero.pe, también muy popular por esos años, Anderson Ávila fundador del grupo de Facebook de El Langoy comenta en el libro de Mendoza Caballero. (2017) no teníamos interacción con los creadores del podcast es por eso que se creó el

grupo en facebook, luego de esto se volvió tan popular que tuve que poner a los creadores como administradores, en esta comunidad nacieron mucho de los proyectos que ahora se hay en la red peruana.

En el Perú el podcast empezó a despegar hace poco, pues la gran aceptación del formato por parte del público peruano ha logrado cierto interés en realizarlo de una manera más profesional, según un estudio de la empresa Redmas publicado en el diario Gestión se comenta “el 60% de internautas consume actualmente audio digital. Y de este grupo de usuarios, el 20% escucha podcast, es decir, contenidos de audio subidos a la nube de manera permanente” (Córdor, 2019). Si bien podría parecer que es un porcentaje bajo el mismo artículo menciona que hay países vecinos en donde el consumo de podcast solo llega al 18%.

Si bien hoy existen una variedad de podcast en el país, la gran mayoría de comedia y autoayuda, uno que está destacando es el programa Moloko podcast pues a pesar de tener muy poco tiempo de creados, a comparación de otros, han logrado posicionarse en los primeros puestos de popularidad del formato podcast en el país, Moloko Podcast es un proyecto realizado por Hugo Lezama y Carlos Orozco egresados de una conocida universidad del Perú que luego de trabajar en un canal de cable decidieron renunciar y apostar por la creación de contenidos digitales propios, es así como cada uno desarrolla canales de Youtube por separado, en el caso de Lezama crea Cinesmero un canal dedicado a analizar y a hacer críticas de cine, series o cualquier material audiovisual interesante, tanto nacional como internacional, por su parte Carlos Orozco crea un canal de Youtube, el cual también lleva su nombre, donde se puede encontrar video ensayos y entrevistas a personajes reconocidos del país, su canal navega entre lo cultural, la política y la coyuntura. Ambos personajes lograron reconocimiento en sus respectivos canales los cuales abrieron el 2014 y 2017 respectivamente.

No es hasta este año 2019 que se embarcan en el proyecto de crear Moloko un podcast de conversación con temática coyuntural y de entretenimiento que además tiene entrevistas con diferentes personalidades nacionales e internacionales. Moloko a pesar de tener poco tiempo de ver la luz ya se corona como uno de los podcast más escuchados en la plataforma de Spotify quedando muchas veces entre los primeros puestos de su Ranking mensual, además su canal de Youtube cuentan con 29.700 suscripciones y en Facebook 3.500 seguidores, al

momento de esta investigación, estos números para ser un producto de menos de un año de creado sin dudas son favorables.

En palabras de Carlos Orozco, “(Moloko) Tiene el espíritu crítico e irónico de Orozco pero también el cinismo y el humor de Cinesmero dentro de un cocktail que puede sacar carcajadas e invita a la reflexión en partes iguales” (Publimetro, 2019).

Lo anterior lleva a reflexionar sobre cuáles son las nuevas características que hacen más llamativo este formato o cual es el contexto por el cual se ha vuelto popular no solo para el público sino también para las marcas, que ya ven en los podcast mencionados una ventana para llegar a su público objetivo, es así como esta investigación busca entender el discurso que maneja esta nueva tendencia, teniendo como objeto de estudio el Podcast Moloko ya que es un producto, que ha opinión del investigador, cuenta con un discurso que lo diferencia de sus contrapartes y que además ha cosechado una gran cantidad de admiradores.

Los podcast en los últimos años están pasando por una fase de reinención y redescubrimiento en todo el mundo y nuestro país no es la excepción por lo cual es necesario estudiar este tipo de fenómenos que son tendencia en el tiempo y espacio en el que surgen.

La investigación busca entender que características del discurso que ofrece este programa lo hacen tan atractivo entre su público lo cual ha llevado a este producto a ser uno de los podcast más consumidos en nuestro país en el año 2020, además de hallar cuales son los fallos de su estructura desde la visión de sus consumidores.

El objetivo general de esta investigación busco establecer ¿cuál es la Percepción del discurso radiofónico del programa digital Moloko podcast en los seguidores de su fan page de Facebook?, para lograr ello se utilizó el modelo de análisis del discurso radiofónico planteado por las autoras Cristina Mata y Silvia Scarafia detallado en su libro “Lo que dicen las radios” las cuales dividen este discurso en tres dimensiones referencial, enunciativa y estructural, por ello los objetivos específicos serán determinar ¿cuál es la Percepción de la dimensión referencial, enunciativa y estructural del programa digital Moloko podcast en los seguidores de su fan page de Facebook?.

## II. MARCO TEÓRICO:

Como parte de los antecedentes nacionales para la investigación tenemos la tesis de Llaulli (2017), titulada “Análisis del lenguaje radiofónico del primer programa, Phillip Butters en Exitosa, Lima, 2017”, para obtener el Grado de Licenciado en ciencias de la comunicación, en la Universidad César Vallejo, sede Trujillo, Perú. Este escrito tuvo como fin investigar ¿Cómo se presenta el lenguaje radiofónico del primer programa, Phillip Butters en radio Exitosa, Lima, 2017?, para lograr esto la investigadora utilizó una ficha de observación aplicada al mencionado programa, la investigación es cualitativa además de ser un estudio del tipo aplicado, al terminar la investigación se llegó a la conclusión de que el programa utilizó los elementos del lenguaje radiofónico para contextualizar mejor el mensaje, creando imágenes que ayuden a entender de lo que se habla, además se distinguió que los fondos musicales eran en su mayoría música de origen peruano, estos junto a los efectos de sonido y el silencio logran obtener un producto radiofónico resaltante.

Becerra (2017), con su tesis titulada “Análisis del discurso radiofónico en el programa radial “Vivamos Felices” de Radio Felicidad, Lima, 2017” para obtener el Grado de Licenciado en ciencias de la comunicación, en la Universidad César Vallejo, sede lima norte, Perú. Que como su nombre lo indica busco analizar el discurso radiofónico del programa mencionado para ellos se plantearon la pregunta “¿De qué manera se presenta el discurso radiofónico en el programa Vivamos felices de Radio Felicidad, Lima, 2017?, la investigación es de enfoque cualitativo de nivel hermenéutico, para lograr el análisis Becerra utiliza el modelo de Mata y Scarafia por lo cual separó el discurso en tres dimensiones para un mejor desarrollo, el instrumento utilizado es una ficha de observación y se analizaron 7 emisiones continuas del programa “Vivamos felices”. La investigación concluye que el discurso radiofónico del mencionado programa utiliza los elementos del lenguaje radiofónico para hacer el contenido más entretenido, elementos como la música de fondo y los efectos de sonido dan una perspectiva más relajada esto sumado a la identificación de roles de los personajes dentro del programa logran un producto llamativo..

Vilcapoma (2018), título su tesis “Análisis comparativo del uso de elementos del lenguaje radiofónico y de la construcción del montaje radiofónico en informes elaborados por Convoca Radio y RPP (febrero 2017 a abril 2018)” para obtener el

Grado de Licenciado en comunicación y periodismo, en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, la investigación buscaba identificar las diferencias entre el uso de los elementos del lenguaje radiofónico y la construcción del discurso radial entre los informes elaborados por Convoca Radio y RPP, el enfoque era cualitativo y buscaba explorar a profundidad un fenómeno, los objetos de estudio son informes radiales de ambos medios de comunicación en las fechas mencionadas, se aplicó una matriz que contenían los indicadores que permitieran distinguir la composición de cada informe radial en dos campos de estudios: el lenguaje radiofónico y el montaje radiofónico. Se concluye que Convoca Radio usa una mayor cantidad de elementos del lenguaje radiofónico, pues además de la voz, incluye los efectos sonoros y la música. RPP por su parte se enfoca en la voz radial y la música, dejando de lado los otros elementos, como el silencio y los efectos sonoros.

Como antecedentes internacionales mencionaremos la tesis mexicana de Campos (2013) que se titula “El discurso radiofónico como difusor de formaciones imaginarias entre los jóvenes del DF: estudio de caso programa Blanca en Vivo” donde el objeto de estudio es el programa radial “Blanca en vivo” para obtener el Grado de Licenciado en comunicación, en la Universidad nacional autónoma de Mexico, el objeto de estudio fue el programa radial Blanca en Vivo y se abordó la investigación desde un enfoque cualitativo además se utilizó la entrevista y la ficha de observación como técnicas de recopilación de datos aplicadas a la locutora y 26 programas radiofónicos respectivamente. El objetivo del estudio fue encontrar la relación entre el discurso radiofónico y las formaciones imaginarias, la investigación concluye que el discurso de blanca en vivo hace uso del lenguaje con el objetivo de tener incidencia en la forma de adquirir, aprender o modificar las ideologías dirigidas a los jóvenes, también se concluye que el discurso del programa mantienen una coherencia de sus contenidos pues permite al oyente confirmar por su propia experiencia lo que se dice.

Bravo y Chafra (2018) titulan su investigación “Análisis del lenguaje radiofónico en el noticiero matinal de Radio Mundial y la percepción de mensajes en los riobambeños, julio-diciembre 2018” para obtener el Grado de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social en la Universidad Nacional de Chimborazo, esta investigación de enfoque cualitativa centra su interés en el mensaje que brindan las radios de la ciudad de Ambato y como estos tienen serias deficiencias

al momento de llegar al público, el investigador se dispuso a analizar a 91 locutores radiales como también encuestar a 383 radio escuchas sobre el discurso sus programas, al terminar la investigación se concluyó que hacen uso del discurso y lenguaje radiofónico, pero hacen hincapié en que los efectos de sonido no cuentan con un buen uso. Además los conductores no contaban con un guion determinado, aunque se utilizaban guías estructuradas de planificación al momento de realizar las entrevistas.

Por último Tinoco (2019) y la tesis “Oyentes en movilidad: interacción por medio del discurso radiofónico. Caso programa “al rojo vivo” de radio punto rojo, Guayaquil, Ecuador” para obtener el Grado de Licenciada en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Casa Grande, la investigadora busca analizar el discurso radiofónico de una emisora, el reconocimiento y la búsqueda de la audiencia de movilidad, la investigación es de enfoque cualitativo y método descriptivo además se utilizó el monitoreo y la entrevista semi-estructurada para recolectar datos, como conclusión se evidenció un alto grado de improvisación que utiliza el locutor del espacio obviando en muchos casos los aspectos relevantes en el discurso radiofónico que bien algunos se pueden condicionar con la audiencia de movilidad, por otro lado el conocimiento adecuado sobre la audiencia de movilidad era casi nulo. El discurso radiofónico que manejaban los locutores seguía siendo el que tradicionalmente lo se realizaba para la señal de antena.

El tema de la investigación se apoya en el estructuralismo, teoría que empieza a ser popular durante la primera mitad del siglo XX gracias al desarrollo de las matemáticas del grupo Bourbaki, también Saussure y Jakobson con sus postulados en lingüística y los trabajos en psicología de Gestalt; estas serían las bases. En los años 60 se concretaría su definición gracias a trabajos como del antropólogo Claude Lévi-Strauss, la semiótica de Roland Barthes, el psicoanálisis llevada a cabo por Jacques Lacan y en la filosofía de Michel Foucault y Gilles Deleuze, entre otros (Aguado, 2004).

El estructuralismo, postula que la coherencia interna de los procesos sociales de producción de significado se da como parte de una estructura que se autorregula, poniéndose así mismo reglas para su transformación y evolución, estas rigen de forma continua a lo largo del tiempo. Para ello tenemos que tener en cuenta las costumbres, los textos, los ritos, etc, pues para el estructuralismo no solo

existe una realidad palpable y observable en nuestro entorno, sino que también existe una realidad significativa la cual son todos aquellos detalles que dotan al mensaje de la verdadera naturaleza de su significado

Según Aguado “El texto es, para los estructuralistas, la ventana a la coherencia profunda de las estructuras significantes de una sociedad. Pero el estructuralismo se centra exclusivamente en los textos, a los que trata como objetos inmanentes y autosuficientes, sometiendo a las leyes del texto la significación de cualquier otro elemento de los procesos sociales.” (2044, p. 191)

Hoy en día el estructuralismo es muy recurrente en la semiótica, ciencia que analiza los signos de la vida social en busca de entender la realidad, esto incluye la estructura de los productos de la cultura de masas como son los spots publicitarios, las series televisivas, los programas de radio, etc, pues estos son elementos desveladores de la coherencia profunda de la sociedad contemporánea, “La cultura de masas estereotipa y organiza relaciones y representaciones colectivas en forma de mitos que, a su vez, articulan las connotaciones de los productos de los medios de masas” (Aguado, 2004, p. 192).

También se tiene en cuenta la teoría de usos y gratificaciones, la cual fue postulada en los años setentas por investigadores como Jay G. Blumler, Michael Gurevitch y Elihu Katz. Esta teoría da una vuelta de tuerca a la pregunta ¿Qué hacen los medios con la gente que los consume?, Y la cambia por ¿qué hace la gente con los medios que consumen?, la teoría sostiene que la vida cotidiana, la vida en sociedad, el trabajo, etc, generan en el individuo tensiones o conflictos, es por ello que estos seleccionan y usan los medios para gratificar o satisfacer necesidades.

Según Saperas mencionado por Aguado, “la teoría de usos y gratificaciones tiene diferentes funciones como de escape o disminución de la ansiedad, de compensación emocional, de compañía, de información y de reafirmación individual” (2004, p. 177).

Entonces la teoría postula que el mensaje que brindan los medios de comunicación no puede ser tomado como uniforme para todos los usuarios, pues existe una variedad de públicos los cuales diferenciarán los mensajes emitidos y

solo aceptaran aquellos e base a la gratificación que les brinde lo cual también generara efectos en determinada población.

Actualmente con la llegada de nuevas tecnologías ligadas a la comunicación las cuales son utilizadas masivamente teniendo al internet como motor esta teoría ha vuelto a ser considerada relevante, sobre esto katz y Rice afirmaron lo siguiente:

“En lugar de centrarse en la naturaleza de la tecnología, la perspectiva de los usos y gratificaciones parte de la psicología de los grupos subculturales o étnicos y de sus necesidades diferenciales y fuentes de gratificación para explicar las diferentes opciones de exposición los diversos medios de comunicación, incluyendo el internet”. (2006, p.59)

La variable a investigar es el discurso radiofónico para entender esta variable tenemos que empezar desde lo más básico ¿qué es el discurso?, al consultar la RAE se encontraron doce definiciones de las cuales solo dos de ellas van dirigidas a la línea de este trabajo, estas son “Serie de las palabras y frases empleadas para manifestar lo que se piensa o se siente” y “Razonamiento o exposición de cierta amplitud sobre algún tema, que se lee o pronuncia en público” (Real Academia Española, 2019).

Otra interpretación interesante es la de Gil-Juárez & Vitores González, ellos comentan que “hablar de discurso es una forma de tratar los aspectos constructivos y productivos del uso del lenguaje, de nuestras prácticas lingüísticas, en contraposición a la simple consideración del lenguaje como descripción o representación del mundo” (2011, p. 92)

Se puede concluir que el discurso es la forma como el emisor construye un mensaje ya sea escrito, oral y visual que se dota de diferentes características con la finalidad convencer, entretener o informar al receptor.

Para poder fragmentar el discurso es bueno recordar el modelo de Van Dijk. (2000) el cual separa el discurso en tres dimensiones: lenguaje, comunicación e interacción, donde el lenguaje es la parte literal de lo que se dice con palabras o de forma escrita en esta dimensión se busca responder el quien, el cómo, el por qué y el cuándo con respecto al uso del lenguaje. La dimensión de la comunicación nos adentra al sentido del discurso sobre cuál es su fin, expresar ideas, creencias, emociones etc. La última dimensión nos habla del proceso de interacción, el

feedback entre emisor y receptor, como se recibió el mensaje y que interpretación se le dio.

El modelo anterior es la inspiración para el modelo de análisis del discurso radiofónico propuesto por Mata y Scafaria (1993) en el libro “lo que dicen las radios”, aquí nos mencionan tres dimensiones fundamentales para entender el discurso radiofónico, estas son dimensión referencial, dimensión enunciativa y por último la dimensión estructural.

Para entender mejor que es una dimensión se la define como: “el enfoque especial desde el cual se observa mejor un objeto para poder describir mejor los elementos que lo componen y estudiar el modo en que ellos coexisten y se relacionan” (Mata y Scarafía, 1993, p. 32).

Sobre la dimensión referencial según Aguiar, Laris, & Berlin, (1998) es todo lo que se dice en la radio y el sentido de la realidad que se construye por parte del locutor como también del productor por medio de las formas expresivas y de estilo con la que se comunica el mensaje, esta dimensión se remonta al concepto de que el discurso es en sí mismo el que forman y construyen sistemáticamente los objetos, conceptos o fenómenos de los que habla, Esto se simplifica en ideas explícitas o implícitas, valores y modelos de acción respecto de los sucesos construidos, temas tratados, fuentes frecuentes, ámbitos y espacios de los temas, temporalidad y actores sociales representados.

Con respecto al ámbito no es más que la ubicación de la noticia ya que según la cercanía o la importancia, la información tomara diferentes significados en distintas personas por su nivel de interés en dicha información. “La información se adecua a las audiencias según la dimensión territorial es que se ubique. La información de territorios abre un conjunto de referencias comunes a los oyentes del mismo ámbito” (Cebrian, 2013, p. 96)

El indicador fuentes es otro punto importante del discurso ya que todo medio de comunicación las utiliza, estas de por si constituyen el grado de seriedad y la confianza de la información mencionada en los programas, como menciona Gomes, “Aquí está la importancia de citar fuentes para tus palabras. Cuando traes autores mundial e históricamente conocidos... automáticamente el oyente te dará más oídos por reconocer y creer también en estos autores citados” (2018)

La dimensión temporalidad se enfoca en el tiempo espacio que ocupa el tema, según el modelo propuesto esta dimensión se separa en visión presentista cuando el tema entra en la agenda mediática del momento, visión retrospectiva cuando el tema está en la agenda mediática pero también estuvo en el pasado brinda datos y antecedentes para ampliar el tema, visión prospectiva cuando el tema puede dar luces a temas a futuro como por ejemplo las estadísticas, esta visión forma en la persona una posición sobre los hechos por último tenemos la visión diacrónicas esta es la unión de las otras tres visiones en un solo tema por ejemplo un hecho actual que ya tenía antecedentes y que queda como precedente a futuros hechos de la misma clase (Mata & Scarafía, 1993).

Como último indicador dentro de la dimensión referencial se tuvo a los actores esto son según Mata y Scarafía, “Los actores de un discurso representan a sujetos cuya existencia se da en el plano referencial, es decir, en la realidad empírica. La representación de los sujetos y de las relaciones que mantienen entre sí en el plano real, forma parte de la representación social que el emisor elabora en su discurso” (1993, p. 60).

La dimensión enunciativa busca conocer cómo el discurso logra la empatía con el destinatario los cuales son representaciones abstractas de emisor y receptor por lo cual no tienen que verse como sinónimos, estos pueden verse también como medio y sociedad (Mata y Scarafía, 1993)

Tanto el enunciador como el destinatario crean imágenes abstractas uno del otro en sus mentes ya que por la particularidad de la radio o en este caso el podcast un mismo emisor pueden ser varios enunciadores a la vez, por su parte el destinatario es una figura abstracta que crea el enunciador para representar a sus oyentes. (Mata y Scarafía, 1993).

Como indicadores para la dimensión se utilizó la presencia del enunciador y la presencia del destinatario ambas son representadas como formas directas e indirectas. con respecto a la presencia de destinatario podemos resumirla en la forma en la que el enunciador se refiere o incluye al público dentro de su discurso en nuestro caso específico del podcast se tomó en cuenta los comentarios pues estos suponen un contacto directo del oyente.

En los casos antes mencionados se observó que las palabras que use el emisor para referirse al receptor tienen que ser analizadas con sumo cuidado, pues la forma como estas palabras sean mencionada nos darán las pistas del tipo de vínculo que tienen, cosas como la amabilidad, la familiaridad o afectividad con la que se mencione el mensaje son muy relevantes (Mata y Scarafía, 1993).

En el caso de la presencia del enunciador se puede decir que este se encuentra a lo largo de todo el discurso ya que su función es justamente el hacer este enunciado, no obstante las autoras proponen reconocer la forma de expresarse de sí mismo dentro del programa, el uso de pronombres personales y posesivos, las menciones a otros involucrados en la realización del programa como los productores, asistentes, etc, e incluso mencionar el nombre del programa.

La última dimensión es la estructural, en esta se analiza el programa de forma mensual, semana o diaria según sea el caso, la forma como se presenta la estructura del programa genera una identidad la cual atraerá a aquellos que se identifican con la propuesta estos se pueden representar como audiencia o patrocinadores, también se incluye el nombre comercial del programa pues esta representa una idea de lo que representa el programa (Martínez & Díez, 2005).

Para esta dimensión se utilizo los indicadores oferta comunicativa, público prefigurado y el perfil que tiene la programación en una radio, en este caso un Podcast, la cual le da la naturaleza de la radio, Cuando hablamos de la oferta comunicativa no es más que reconocer géneros, formatos y temas que tiene la programación o programa, poder distinguir cual es el género y el formato del programa nos dará luces sobre qué tan variada es la oferta del mismo (Mata & Scarafía, 1993).

Cuando se habla del público prefigurado es sin más el público meta que tiene el programa teniendo como base la oferta comunicativa, es decir por ejemplo si se tiene un programa político su público son hombres y mujeres que están interesados en el acontecer político actual.

### **III. METODOLOGÍA:**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

El tipo de investigación es aplicada pues se apoyó en trabajos previos para lograr su meta además busca solucionar un problema en específico, según Gómez (2016, p.15) “(La investigación) tienen como finalidad descubrir o interpretar los hechos y fenómenos de un determinado ámbito de la realidad”.

De diseño no experimental, ya que población no fue sometida a ningún estímulo o prueba que pueda alterar su enfoque ante cualquier tema, descriptivo simple, pues solo estamos trabajando con una sola variable, por último de enfoque cuantitativo pues se busca recolectar datos de un grupo de personas que siguen el Facebook de Moloko podcast mediante la técnica de encuestas.

Para Sampieri los diseños no experimentales son:

“Investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos”. (2014, p. 149)

Con respecto al aspecto transeccional descriptivo Sampieri lo define como:

“Los diseños transeccionales descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades; y así proporcionar su descripción. Son, por tanto, estudios puramente descriptivos y cuando establecen hipótesis, éstas son también descriptivas (de pronóstico de una cifra o valores)”. (2014, p. 152)

#### **3.2. Variables y operacionalización:**

La variable de la investigación es el discurso radiofónico

##### **Definición conceptual:**

Es una construcción comunicativa que gira en torno al canal que se utiliza para la producción y recepción, esto se debe a que en este caso el canal no es un

simple transportador de señales sino un verdadero código de comprensión cultural, (Mata y Scarafia 1993).

**Definición operacional:**

Como principales puntos de análisis se puede ver la dimensión referencial, la dimensión enunciativa y la dimensión estructural (Mata y Scarafia 1993).

**Indicadores:**

Como indicadores tendremos el contenido, el ámbito, las fuentes, temporalidad, actores, presencia del destinatario, presencia del enunciator, la oferta comunicativa, el público pre figurado y el perfil.

**Escala:**

Para esta investigación se utilizara la escala Likert de 1 a 5, en donde 1 es nunca, 2 es muy pocas veces. 3 es algunas veces, 4 es casi siempre y 5 es siempre.

**3.3. Población, muestra y muestreo:**

**Población:**

“Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 174)

Para hallar el tamaño de muestra con un 95% de nivel de confianza y un margen de error del 5 %, se utilizó la fórmula de muestra finita.

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

Figura 1

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

Z: Parámetro estadístico que depende el Nivel de confianza

E=error de estimación máximo aceptado

P= Probabilidad de que ocurra el evento estudiado

Q= Probabilidad de fracaso

### **Determinación de la muestra:**

En este caso nuestra población son los seguidores del fanpage del programa Moloko podcast que al momento de esta investigación cuenta con 4.200 seguidores.

Aplicando la formula con un 95% de confiabilidad y un margen de error del 5% se determinó que la muestra para el estudio es de 352 personas entre hombres y mujeres que sigan el fan page de moloko, los sujetos fueron escogidos en función de su accesibilidad como también a criterio personal por parte del investigador,

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:**

Para esta investigación se hará uso de las encuestas para lo cual se utilizará la técnica de cuestionario de 34 ítems con escala LIKERT cuyas 5 respuestas van desde la respuesta siempre con un valor de 4 hasta nunca con un valor de 0, todas dirigidas a recabar datos sobre la variable del discurso radiofónico.

Para certificar la validez del cuestionario de esta investigación se procedió a buscar la opinión de tres expertos los cuales revisaron el instrumento considerando la pertinencia, relevancia y coherencia de los ítems en función a la variable de estudio y sus dimensiones

Tabla 1

Experto	Grado	Opinión
María Inés Ávila Rojas	Licenciado	Aplicable
Mariano Vargas Arias	Licenciado	Aplicable
Gladys Olórtegui Mariño	Licenciado	Aplicable

Fuente. Elaboración propia

También para poder lograr confiabilidad del instrumento se utilizó el cálculo del Alfa de Cronbach, por lo cual se realizó una encuesta a pequeña escala de 50 personas utilizando el instrumento dando como resultado 0.87, lo cual nos da un instrumento alto en confiabilidad.

Tabla 2

Rango	Magnitud
0,81 a 1,00	Muy Alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

Fuente. Elaboración propia

### 3.5. Procedimientos:

Se llevó a cabo una investigación previa del objeto de estudio, lo cual sirvió para tener en claro los puntos a analizar, seguidamente se procedió a pedir el permiso necesario a los creadores del programa, luego se creó el instrumento de recolección de datos, en este caso una encuesta de 34 preguntas, para ser aplicada a la muestra, en primera instancia se optó por realizar la encuesta personalmente pero debido a la coyuntura que pasa el país en estos tiempos se llevó a cabo la encuesta enteramente por redes sociales,

### 3.6. Método de análisis de datos:

Para la indagación del estudio con un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo simple. Se elabora una base de datos la variable con los resultados

obtenidos mediante la aplicación de los encuestas, para luego ser analizados en el programa Statistical Package for the Social Sciences conocido con sus siglas (SPSS).

### **3.7. Aspectos éticos:**

Toda la información que se utilizó para esta investigación está debidamente mencionada en la bibliografía, se utilizaron libros, revistas y tesis, tanto físicas como virtuales además de consultar páginas webs relacionadas con el tema, nombrando a los autores en citas específicas sin copiar partes extensas de los textos utilizados, con respecto a la población encuestada se protegerá su identidad como también su privacidad, esta investigación no pretende afectar las convicciones religiosas políticas o morales del público en general o algún sector en específico.

Por otro lado también se tuvo en cuenta el código nacional de la integridad científica de CONCYTEC, institución rectora del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología e Innovación Tecnológica, donde se tiene como principios la honestidad intelectual, la integridad, la objetividad e imparcialidad, veracidad, justicia, responsabilidad y transparencia.

## IV. RESULTADOS:

### 4.1. Análisis descriptivo

#### Percepción del discurso radiofónico

Tabla N° 3

Total discurso radiofónico			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	234	66.5
	regular	118	33.5
	malo	0	0.0
	Total	352	100.0

Fuente. Elaboración propia

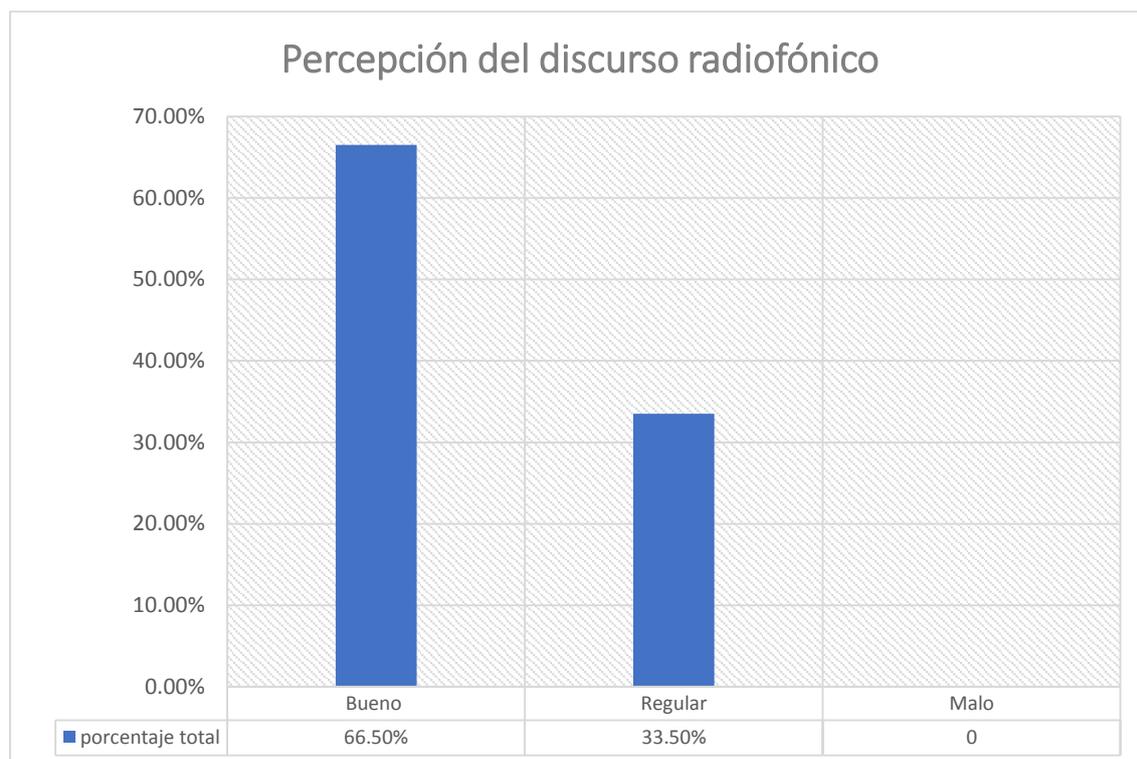


Figura 2. Percepción de la Dimensión referencial. Fuente. Elaboración propia

En la tabla 3 y figura 2 se evidencia que el 66.5% de los encuestados percibe el discurso radiofónico del programa Moloko podcast como bueno, el 33.5% menciona que se percibe como regular y un 0% de percepción como deficiente o malo.

## Dimensión referencial

Tabla N° 4

		<i>referencial (Agrupada)</i>	
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	257	73.0
	Regular	95	27.0
	Malo	0	0.0
	Total	352	100.0

Fuente. Elaboración propia

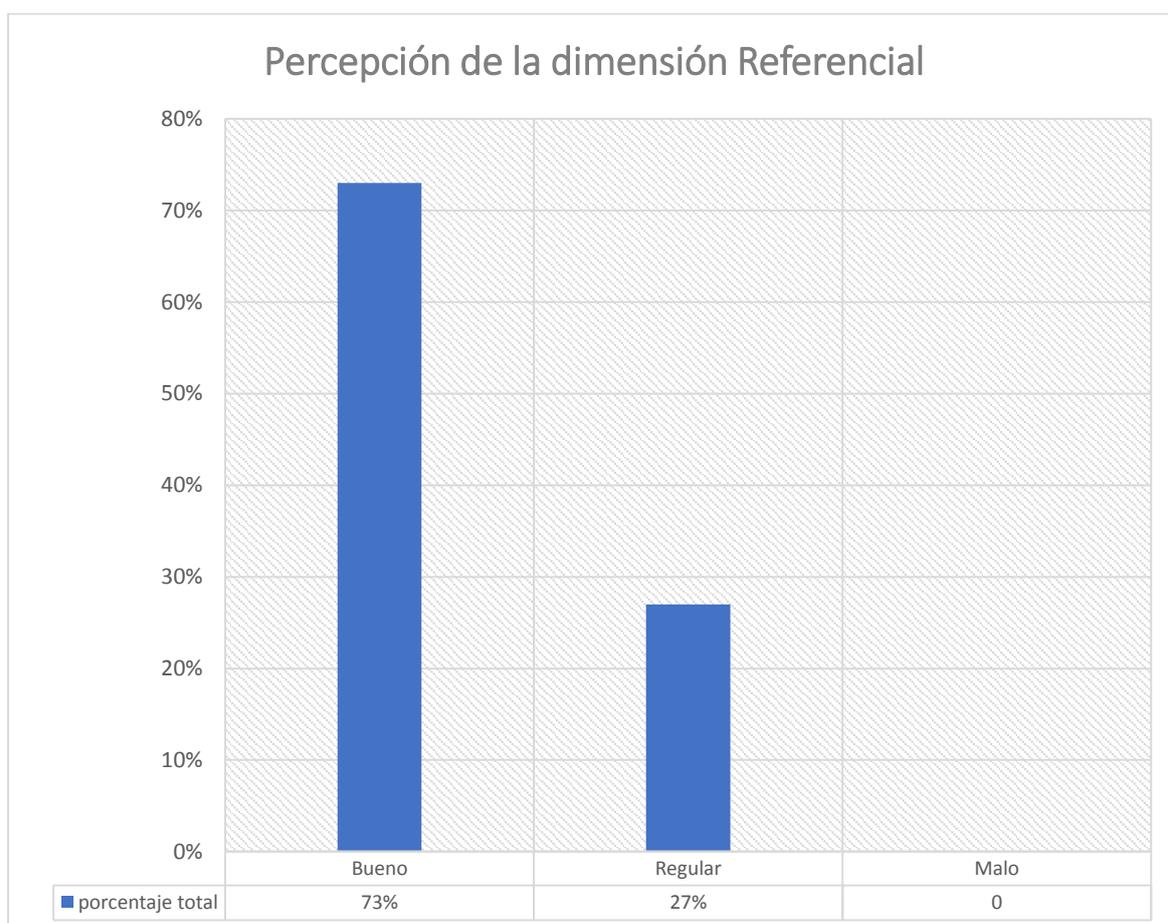


Figura 3. Percepción de la Dimensión referencial. Fuente. Elaboración propia

En la tabla 4 y figura 3 se evidencia que el 73% de los encuestados percibe el dimensión referencial del programa Moloko podcast como bueno, el 27% menciona que se percibe como regular y un 0% de percepción como deficiente o malo.

## Dimensión enunciativa

Tabla N° 5

<i>enunciativa (Agrupada)</i>			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	250	71.0
	Regular	102	29.0
	Malo	0	0.0
	Total	352	100.0

Fuente. Elaboración propia

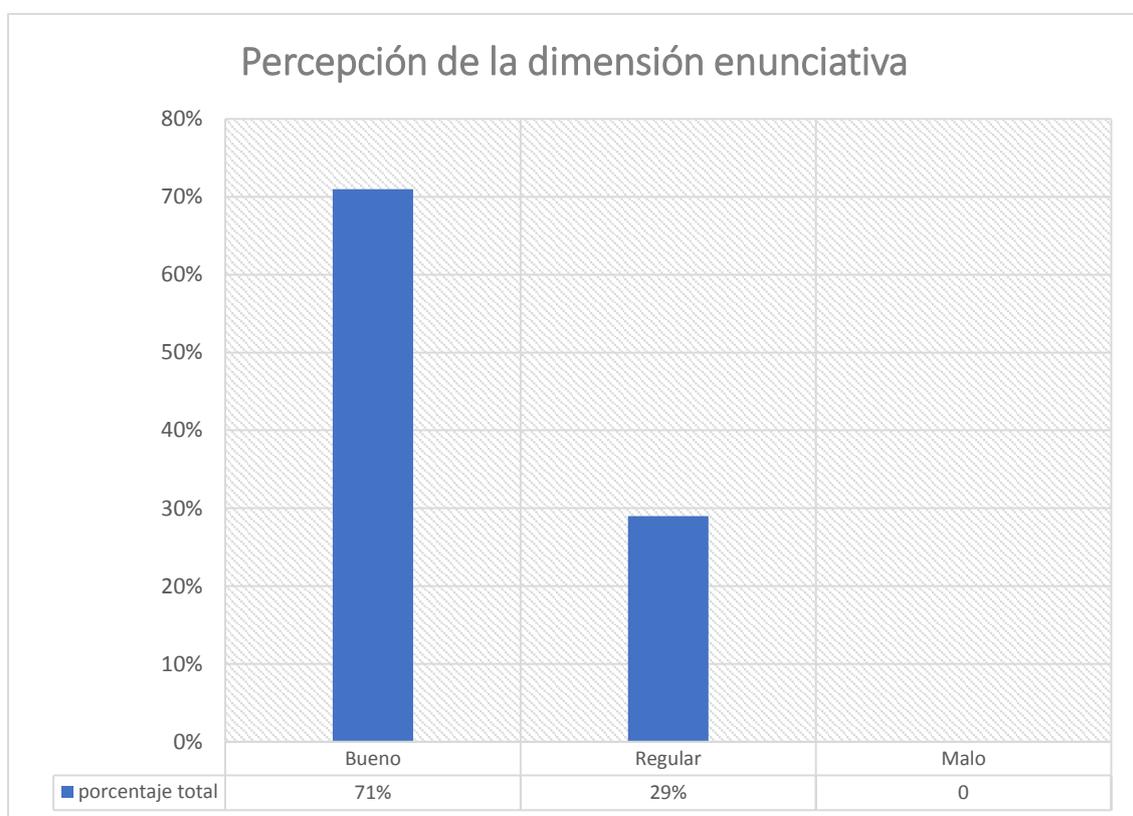


Figura 4. Percepción de la Dimensión enunciativa. Fuente. Elaboración propia

En la tabla 5 y figura 4 se evidencia que el 71% de los encuestados percibe el dimensión enunciativa del programa Moloko podcast como bueno, el 29% menciona que se percibe como regular y un 0% de percepción como deficiente.

## Dimensión estructural

Tabla N° 6

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	190	54.0
	Regular	162	46.0
	Malo	0	0.0
	Total	352	100.0

Fuente. Elaboración propia

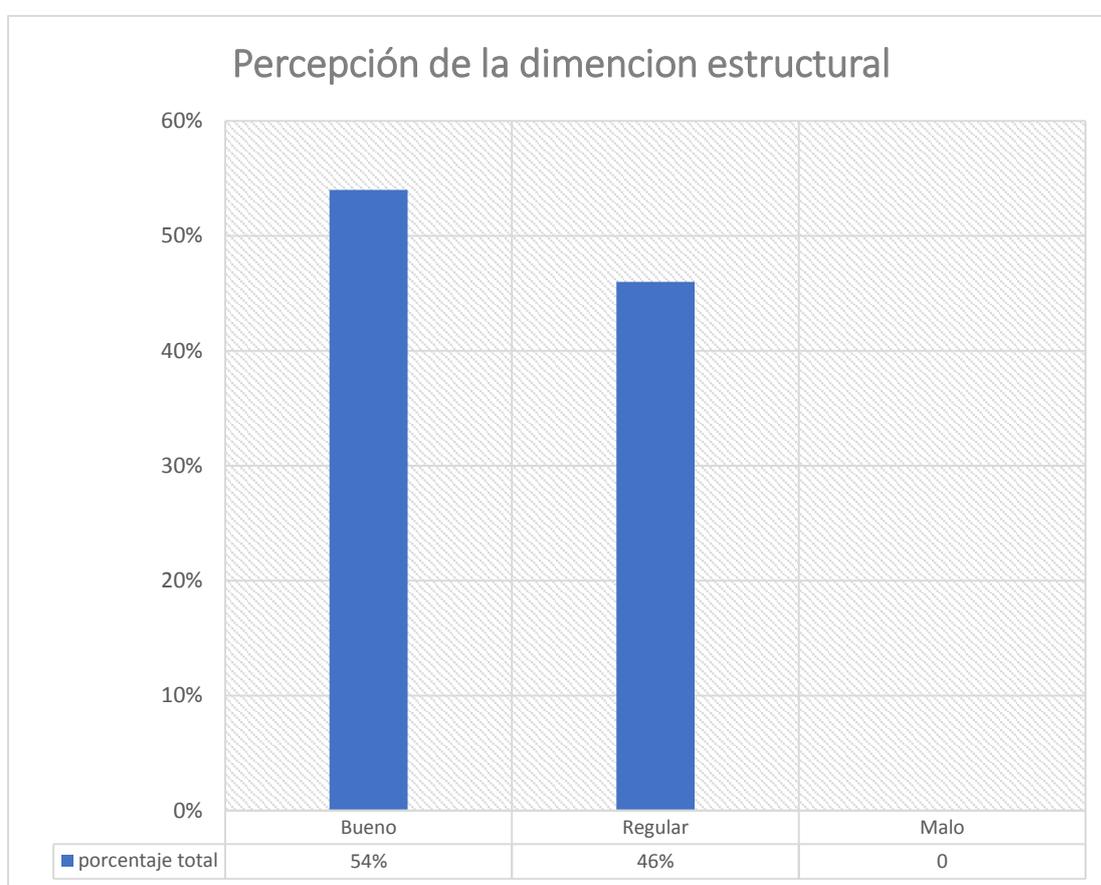


Figura 5. Percepción de público prefigurado. Fuente. Elaboración propia.

En la tabla 6 y figura 5 se evidencia que el 54% de los encuestados percibe el dimensión estructural del programa Moloko podcast como bueno, el 46% menciona que se percibe como regular y un 0% de percepción como deficiente.

## V. DISCUSIÓN:

Luego de realizar las encuestas y obtener los resultados se pudo observar que la percepción del discurso radiofónico es bueno en un alto porcentaje tanto de forma general como en las tres dimensiones que se utilizaron.

Una de las principales dificultades al momento de realizar la tesis fue el encontrar antecedentes ya que se encontraron pocos trabajos que utilizaran el discurso radiofónico como variable y con el enfoque que se necesitaba, es por ello que al realizar el marco teórico se optó por agregar trabajos que tengan como variable el lenguaje radiofónico ya que esta es parte del discurso, es así que se encontraron seis trabajos con los cuales se logró hacer un desglose de las dimensiones sin perder el objetivo del estudio.

Sobre la investigación de Llaulli (2017), con el título "*Análisis del lenguaje radiofónico del primer programa, Phillip Butters en Exitosa, Lima, 2017*", se encontró similitudes entre su investigación del lenguaje radiofónico y la dimensión estructural del discurso radiofónico en esta investigación, temas como la música, los efectos sonoros o las cortinas son de amplia importancia para lograr el mejor entendimiento del mensaje por parte del público, en el caso de la percepción el público manifestó la importancia de estos elementos en el programa con respecto al mensaje emitido.

Por su parte la investigación de Becerra (2017), "*Análisis del discurso radiofónico en el programa radial "Vivamos Felices" de Radio Felicidad, Lima, 2017*", tienen una mayor similitud ya que cuenta con el mismo modelo de análisis de esta investigación, sobre la dimensión referencial comparte el hecho de contextualizar los temas y también la importancia de la elección de los temas tratados, en la dimensión enunciativa se resalta el hecho de identificar a los actores que intervienen en el programa para lograr una relación oyente locutor y por último la dimensión estructural vera por los elementos que construyen el programa en su estructura.

Vilcapoma (2018), en su tesis "*Análisis comparativo del uso de elementos del lenguaje radiofónico y de la construcción del montaje radiofónico en informes*

*elaborados por Convoca Radio y RPP (febrero 2017 a abril 2018)*”, también comparte similitudes pues esta utiliza elementos del lenguaje radiofónico y del montaje radiofónico dos elementos que se pueden encontrar en la parte estructural y enunciativa del presente trabajo, ambas investigaciones concuerdan que estos elementos influenciaran en el estilo y narrativa del mensaje además que se observa que en el caso de los podcast es mucho más frecuente el uso de planos sonoros y efectos a diferencia de la radio tradicional.

La investigación de Campos (2013) titulada *“El discurso radiofónico como difusor de formaciones imaginarias entre los jóvenes del DF: estudio de caso programa Blanca en Vivo”* fue tomada en cuenta pues esta ahonda en el tema de la relación de los radio escuchas y el discurso radiofónico, se puede encontrar semejanza en la parte de la generación de empatía al utilizar términos que hagan sentir al radioescucha parte de una comunidad por otro lado también tanto en su investigación como en esta se puede ver una armonía entre el pensamiento de los locutores, el entretenimiento y el goce del público.

Sobre Bravo y Chafra (2018) y su tesis *“Análisis del lenguaje radiofónico en el noticiero matinal de Radio Mundial y la percepción de mensajes en los riobambeños, julio-diciembre 2018”* no se encontró muchas similitudes esto se debe posiblemente a que el producto analizado en la mencionada investigación fue del género informativo y tenía como formato el noticiero lo cual genera una valoración muy particular en los radioescuchas, a pesar de esto se utilizó como referencia la parte de la división en dimensiones de la variable lenguaje radiofónico lo cual ayudó a elaborar el instrumento de recolección de datos.

En la tesis de Tinoco (2019) nombrada como *“oyentes en movilidad: interacción por medio del discurso radiofónico. Caso programa “al rojo vivo” de radio punto rojo, Guayaquil, Ecuador”* se estudió el discurso radiofónico poniendo especial interés en la presencia del destinatario y la presencia del enunciador llegando a la conclusión de que existe una incompatibilidad entre estos dos aspectos esto difiere con los resultados de esta investigación en donde los aspectos mencionados son percibidos como un buen indicador logrando por eso una audiencia más constante.

La teoría del estructuralismo propuesta por Roland Barthes señala que todo acto de comunicación no solo se basa en los aspectos que se pueden observar sino que existe una sub comunicación que enriquecen el mensaje dado y le otorgan su significado final, en base a este concepto se dividió la variable discurso radiofónico en tres indicadores referencial, enunciativo y estructural teniendo en cuenta que cada una de estos indicadores corresponde a un aspecto específico dentro del discurso.

Luego de realizar la división se pudo evidenciar que a pesar de que estos aspectos son parte de un mismo concepto son percibidas de diferente forma, es por ello que en la presente investigación las dimensiones referencial y enunciativa tienen un alto porcentaje de aprobación mientras que la dimensión estructural tiene una percepción entre buena y regular para el público, se observó que las partes del discurso radiofónico son percibidas de diferente manera tal y como la teoría del estructuralismo postula en donde la narración, acciones y funciones son partes del mensaje.

En el caso de la teoría de usos y gratificaciones que manifiesta que es él publico quien elige que consumir en los medios de comunicación teniendo en cuenta la gratificación de sus necesidades, tenemos que el podcast Moloko se acopla a esta teoría en la dimensión referencial del discurso radiofónico pues en esta dimensión se analiza el contenido del mencionado programa, es por ello que los encuestados refirieron que el contenido del programa es, en un gran porcentaje, bueno y se acopla a los gustos de su público seguidor tanto en los temas tocados, la información brindada, los lugares, personas mencionadas y la agenda temporal que tocan sus tópicos logrando un contenido que agrada a gran parte del público y ha llevado al programa a ser uno de los más populares en su formato en la actualidad siendo un programa con menos de un año creación.

El principal aporte que logra esta investigación es el poder entender cuál es la visión del oyente con respecto a los programas en formato digital y que a pesar de que estos son cada vez más comunes en nuestro país son pocos los ejemplos de éxito, esta investigación da luces sobre un producto que día tras día sigue captando seguidores como también marcas que ven en este programa una ventana

sería en donde pueden llegar a sus posibles consumidores, todo esto basado en el profesionalismo que tienen el producto.

Por otro lado sobre el contexto social al momento del desarrollo de esta investigación se tienen que mencionar la pandemia que azota en la actualidad al mundo entero lo cual ha obligado a una gran cantidad de personas que se encontraban desligadas de la tecnología a integrarse al mundo digital ya que estas herramientas son la única forma de comunicación a distancia y sin correr riesgos, por ello la creación de más productos digitales y herramientas comunicacionales ha ido en aumento en los últimos tiempos por lo cual tenemos más video blogs, radios digitales, entretenimiento por redes sociales y claro esta muchos más podcast, es por ello que es esta investigación puede ayudar a los futuros creadores de podcast a estructurar su programa.

Otro punto que afecto en esta investigación la pandemia que vivimos actualmente fue en la recolección de datos pues en primera instancia se tenía planeado hacer las encuestas en los show en vivo que realizan normalmente los conductores, en donde fácilmente se podría haber alcanzado el número de la muestra en dos o tres sesiones esto se complicó con la llegada del estado de emergencia y el toque de queda, por lo cual se tuvo que recolectar los datos por medio de las redes sociales lo cual fue una tarea ardua debido a la falta de interés de muchos de los encuestados lo cual alargó el tiempo estimado que se tenía para esta operación.

Con respecto a la metodología utilizada se puede comentar que cumplió con los objetivos del estudio aunque para realizar una autocrítica se pudo mejorar en algunos aspectos como en el instrumento de recolección de datos haciendo que esta sea menos extensa y simplificando algunas variables, por otro lado si bien este estudio se realizó desde un enfoque cuantitativo es preciso recalcar que realizar un estudio de enfoque mixto podría agregar más precisión con respecto a las variables.

## **VI. CONCLUSIONES:**

Luego de contrastar los resultados con los objetivos planteados y las generalidades, se pudo llegar a las siguientes conclusiones.

### **Primera**

Se determinó que, el discurso radiofónico del programa Moloko podcast en sus seguidores de Facebook goza de una percepción entre buena en mayor medida y regular en menor medida, se percibe que los elementos del lenguaje radiofónico, la generación de empatía y la estructura están balanceados logrando un producto bueno para su público.

### **Segunda**

Se determinó que, la dimensión referencial del discurso radiofónico del programa Moloko podcast en sus seguidores de Facebook goza una percepción entre buena en mayor medida y regular en menor medida, elementos como el contenido, el ámbito y los actores están bien definidos por lo cual los programas contextualizan el mensaje a los oyentes definen bien los temas a tratar, por otro lado los puntos débiles están en la fuentes de información y la temporalidad de los temas.

### **Tercera**

Se determinó que, la dimensión enunciativa del discurso radiofónico del programa Moloko podcast en sus seguidores de Facebook goza una percepción entre buena en mayor medida y regular en menor medida, la presencia tanto del enunciador como del destinatario logran la finalidad de identificar a los actores que intervienen en el programa y de generar empatía en los oyentes, los puntos débiles en esta dimensión tienen que ver con la posición que toman los locutores sobre los temas tratados esto es normal pues no se puede tener una opinión que agrade a todo el público.

### **Cuarta**

Se determinó que, la dimensión estructural del discurso radiofónico del programa Moloko podcast en sus seguidores de Facebook goza de una percepción

entre buena y regular a partes casi iguales, los elementos de la estructura son observados por los creadores los cuales están pendientes de la interacción con el público objetivo que tiene el programa aunque muchas veces estos no logra conectar con el target que buscan.

## **VII. RECOMENDACIONES:**

Se proponen las siguientes recomendaciones luego de realizar el análisis de los resultados.

### **Primera**

Para una buena emisión de los futuros programas y una mejor percepción de estos, se recomienda los creadores del podcast Moloko definir el género y el formato del programa lo cual evitaría una mala apreciación del programa confundiéndolo con un género equivocado lo cual ayudara a mejorar la dimensión estructural del discurso.

### **Segunda**

Se recomienda a futuros investigadores, realizar una nueva investigación de este tema utilizando un enfoque mixto lo cual puede resultar en la mejor comprensión del discurso radiofónico contrastando la percepción el público con la propia.

### **Tercera**

Se recomienda realizar una investigación más a fondo sobre las diferencias entre un programa radial y un podcast, pues durante el desarrollo de esta investigación se encontró poca información sobre este tema.

### **Cuarta**

Se recomienda a los futuros investigadores realizar más investigaciones sobre estos formatos digitales pues como ya se explicó son formatos que están en aceso en la actualidad y no tomaran mucho tiempo para que sea un medio que use de forma cotidiana en el futuro por ello es necesario entender las variaciones que sufren los discursos en estos nuevos formatos.

## REFERENCIAS:

- Aijon, N. (2019). La elección de segunda persona y la construcción de identidades contextuales en el discurso radiofónico de una comunidad peninsular. De Gruyter, 7(2), 125–154. <https://bit.ly/3gh5DFw>
- Aguado, J. (2004). *Introducción a las teorías de la información y la comunicación*. Universidad de Murcia. <https://bit.ly/3eWkjd2>
- Aguiar, R., Laris, B. y Berlin, I. (1998). *Apuntes para el estudio de la radio informativa en México. Radio, periodismo radiofónico, géneros de opinión*. Revista latina de comunicación social, 1(12). <http://www.revistalatinacs.org/a/02firving3.htm>
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación* (6ª ed.). Episteme. <https://ebevidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>
- Barbosa, P. (2009, 28 de enero). *Detecting changes in speech expressiveness in participants of a radio program*. Research Gate: Consultado el 2 de junio de 2020. <https://bit.ly/2ZC2MR3>
- Bolívar, A. (2007). *Análisis del discurso ¿Por qué y para qué?* (1ª ed.). CEC. <https://es.scribd.com/document/339769461/Adriana-Bolivar-Analisis-del-Discurso-pdf>
- Borges, F. (2009). *Profcast: Aprender y enseñar con podcast*. El ciervo 96. <https://bit.ly/2Byyre1>
- Boronat, R. (2012, 12 de junio). *A comparative analysis of speech rate and perception in radio bulletins*. Obtenido de De Gruyter: Consultado el 2 de junio de 2020. <https://www.degruyter.com/view/journals/text/32/3/article-p391.xml>
- Bravo, J. y Chafra, N. (2019). Análisis del lenguaje Radiofónico en el Noticiero Matinal de Radio Mundial y la Percepción de mensajes en los Riobambeños,

- julio-diciembre 2018. (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador. Repositorio digital. <https://bit.ly/38qxd5>
- Campos, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 11(63), 277-286. <https://www.redalyc.org/pdf/819/81912006023.pdf>
- Campos, M. (2013). El discurso radiofónico como difusor de formaciones imaginarias entre los jóvenes del DF: estudio de caso programa Blanca en Vivo. (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional Autónoma de México, Mexico D.F. <https://bit.ly/3itHgGq>
- Cebrián, M. (2008). La Web 2.0 como red social de comunicación e información. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Revistas Científicas Complutenses, 14, 345-361.  
<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0808110345A>
- Cebrian, M. (2009). *Información en radio*. Síntesis.
- Cebrian, M. (2009). La radio en Internet. De la ciberradio a las redes sociales y a la radio móvil, *Revista Venezolana de información, tecnología y conocimiento*, (1), 277-280. <https://www.redalyc.org/pdf/297/29713017017.pdf>
- CONCYTEC. (2018). *Código Nacional de la Integridad Científica*. Obtenido de CONCYTEC. consultado el 2 de junio de 2020.  
<https://portal.concytec.gob.pe/images/publicaciones/Codigo-integridad-cientifica.pdf>
- Cóndor, J. (2019, 21 de mayo). *Perú: 20% de usuarios de audio digital ya escucha podcast*. Gestión. <https://gestion.pe/tendencias/20-usuarios-audio-digital-peru-escucha-podcast-267545-noticia/?ref=gesr>
- Cordero, J. (2016). Memoria del progreso de producción de podcast educativos. (Tesis de licenciatura). Universidad de Casa Grande, Guayaquil.
- Cuesta, F. y Coto, M. (2010). *Marketing directo 2.0: como vender más en un entorno digital* (1ª ed.). EDICIONES GESTION 2000.  
[https://books.google.com.pe/books/about/Marketing\\_Directo\\_2\\_0.html?id=F4-](https://books.google.com.pe/books/about/Marketing_Directo_2_0.html?id=F4-)

3jiEWEL4C&printsec=frontcover&source=kp\_read\_button&redir\_esc=y#v=onepage&q&f=false

Fumero, A., Roca, G. y Sáez, F. (2007). *Web 2.0* (1ª ed.). Fundación Orange.  
<https://universoabierto.org/2016/12/17/web-2-0/>

Gil, A. y Vitores, A. (2011). *Comunicación y discurso* (1ª ed.). UOC.  
[https://books.google.com.pe/books?id=eslfRuzFbbEC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=eslfRuzFbbEC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

Gomes, D. (2018). *Manual del buen comunicador*. Babelcube.  
[https://books.google.com.pe/books/about/Manual\\_del\\_Buen\\_Comunicador.html?id=TllaDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp\\_read\\_button&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books/about/Manual_del_Buen_Comunicador.html?id=TllaDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

Gonzales, C. (2017). Análisis del discurso radiofónico en el programa radial "Vivamos Felices" de Radio Felicidad, Lima, 2017. (*Tesis de licenciatura*). Universidad Cesar Vallejo, lima. Repositorio digital institucional.  
<https://core.ac.uk/reader/225607040>

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación* (5ª ed.). McGRAW-HILL. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Hernandez, C., y Herrera, A. (2014). *CIEMPIESS: A New Open-Sourced Mexican Spanish Radio Corpus*. ACL Anthology, 371-375.  
<https://pdfs.semanticscholar.org/cbcd/752914eafcce543f695171cc1985295d291.pdf>

Izuzquiza, F. (2019). *El gran cuaderno del podcasting* (1ª ed.). Kailas.  
[https://books.google.com.pe/books/about/El\\_Gran\\_Cuaderno\\_de\\_Podcasting.html?id=loylDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp\\_read\\_button&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books/about/El_Gran_Cuaderno_de_Podcasting.html?id=loylDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

Lezama, H. y Orozco, C. (s. f.). Home [<https://www.facebook.com/Moloko-Podcast>]. Facebook.

López, J. (2005). *MANUAL URGENTE PARA RADIALISTAS APASIONADOS*. Paulinas. [https://radialistas.net/manual-urgente-para-radialistas-  
apasionadas-y-apas/](https://radialistas.net/manual-urgente-para-radialistas-apasionadas-y-apas/)

- Llaulli, B. (2017). Análisis del lenguaje radiofónico del primer programa, Phillip Butters en Exitosa, Lima, 2017. (*Tesis de licenciatura*). Universidad Cesar Vallejo, Lima. Repositorio digital institucional.  
<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/15547?locale-attribute=en>
- Mata, C. y Scarafía, S. (1993). *Lo que dicen las radios: una propuesta para analizar el discurso radiofónico*. ALERT.
- Martínez, M. (2017). La radio en busca de su audiencia: Hacia una escucha diversificada y multiplataforma. *La intercom*, 40(3), 109-128.
- Mendoza, L. (2017). *Voces en red: una aproximación al fenómeno del podcast en el Perú* (1ª ed.). Crea Libros.  
[https://books.google.com.pe/books/about/Voces\\_en\\_red.html?id=u4U0DwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp\\_read\\_button&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books/about/Voces_en_red.html?id=u4U0DwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Ogata, J. y Masataka, G. (2009). *PodCastle: Collaborative Training of Acoustic Models on the Basis of Wisdom of Crowds for Podcast Transcription*. ResearchGate. [https://www.isca-speech.org/archive/archive\\_papers/interspeech\\_2009/papers/i09\\_1491.pdf](https://www.isca-speech.org/archive/archive_papers/interspeech_2009/papers/i09_1491.pdf)
- Pico, I. (2009). La construcción simbólica de los derechos de la comunicación en la propuesta informativa de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, ALER. (*tesis de maestría*). Facultad latinoamericana de ciencias sociales sede Ecuador, Quito.
- Publimetro. (03 de julio de 2019). *Moloko Podcast: Hugo Lezama y Carlos Orozco presentan su programa en vivo*. Publimetro.  
<https://publimetro.pe/entretenimiento/culturales/moloko-podcast-hugo-lezama-y-carlos-orozco-presentan-su-programa-vivo-116038-noticia/>
- Real Academia Española. (2019). *Diccionario de la lengua española (edición del tricentenario)*. <https://dle.rae.es/?w=discurso>
- Rivera, J. y Ballesteros, T. (2012). *100 claves para la radio en línea* (1ª ed.). Ciespal. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/55416.pdf>

- Rivera, C. (2006). Comó producir un programa de radio. *Revista Educación*, 30(2), 166 - 172. <https://www.redalyc.org/pdf/440/44030211.pdf>
- Sellas, T. (2011). *El podcasting La (r)evolución sonora* (1ª ed.). UOC. <https://bit.ly/2VHvPBA>
- Solis, D. (2010). *Podcasting fácil para docentes y alumnos* (1ª ed.). Editorial Mexico. <https://bit.ly/3eYZ22j>
- Soengas, X. (2005). El discurso radiofónico. Particularidades de la narración sonora. Prisma.com, 101-127. <https://bit.ly/3f7T0MI>
- Tae, Y. (2010). *Speaker consistency in the realization of prosodic prominence in the Boston*. ISCA Archive. <https://bit.ly/2D2FWKx>
- Tenorio, I. (2008). *Podcast: Manual del podcaster* (1ª ed.). Marcombo. <https://bit.ly/38mTpIV>
- Tinoco, C. y Blanca, L. (2019). Oyentes en movilidad: interacción por medio del discurso radiofónico. Caso programa “Al Rojo Vivo” de radio Punto Rojo, Guayaquil, Ecuador: Modalidad Proyecto de Investigación. (Tesis de licenciatura). Universidad Casa Grade, Ecuador. Repositorio digital. <https://bit.ly/3irA9ys>
- Vallejo, P. (2014). Guía del comunicador para construir el discurso radiofónico en los programas de entretenimiento. (tesis de licenciatura). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito.
- Van Dijk, T. (2000). *El discurso como estructura y proceso* (1ª ed.). Barcelona: Gedisa.
- Vilcapoma, Y. (2018). Análisis comparativo del uso de elementos del lenguaje radiofónico y de la construcción del montaje radiofónico en informes elaborados por Convoca Radio y RPP (febrero 2017 a abril 2018 ). (Tesis de licenciatura). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, lima. Repositorio académico. <https://bit.ly/31HbBvd>

## **ANEXOS**

### Anexo 3

### MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

TÍTULO: “Percepción del discurso radiofónico del programa digital Moloko podcast en los seguidores de su fan page de Facebook”

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
DISCURSO RADIOFÓNICO	Es una construcción comunicativa que gira en torno al canal que se utiliza para la producción y recepción, esto se debe a que en este caso el canal no es un simple transportador de señales sino un verdadero código de comprensión cultural, (Mata y Scarafia 1993, P27).	Como principales puntos de análisis se puede ver la dimensión referencial, la dimensión enunciativa y la dimensión estructural	REFERENCIAL	<b>Contenido</b>	1	1.-siempre  2.-casi siempre  3.-algunas veces  4.-muy pocas veces  5.-nunca
			(se hace referencia a lo que se dice, es decir a lo que se habla, se centra en el plano referencial o referente, entendiéndose este último aspecto no sólo como a objetos concretos sino también cosas imaginarias como ideas, cualidades y acciones)	<b>Ámbito</b>	2. 3. 4.	
			<b>Fuentes</b>	5		
			<b>Temporalidad</b>	6, 7, 8		
			<b>Actores</b>	9		
			ENUNCIATIVA	<b>Presencia del Destinatario</b>	10, 11, 12, 13	
			(Hace referencia a la relación que se entabla entre los emisores y los receptores por medio del discurso, pero en este mismo no encontramos o no se puede afirmar que aquellas personas son los sujetos reales; sino personajes que utilizan el lenguaje, palabras y hasta música para expresarse. De esta manera se representan)	<b>Presencia del enunciator</b>	14, 15, 16, 17, 18	
			ESTRUCTURAL	<b>Oferta comunicativa</b>	19, 20, 21, 22, 23, 24, 25	
(Cómo se organiza todo lo que se dice en una programación diaria y semana)	<b>Publico prefigurado</b>	26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34				

# Anexo 4

Encuesta

Encuesta

El presente cuestionario tiene como finalidad recabar información sobre la percepción del discurso radiofónico del programa Móbiko podcast.

Edad

Entre 17 a 25 años

Entre 26 a 35 años

Entre 36 a 45 años

De 46 a más años

Sexo

masculino

femenino

Nivel de Instrucción

Primaria

Secundaria

Superior

El contenido del programa Móbiko podcast es bueno

1. siempre

2. casi siempre

3. algunas veces

4. muy pocas veces

5. nunca

Los temas tocados en el programa son de ámbito local (Lima metropolitana)

1. siempre

2. casi siempre

3. algunas veces

4. muy pocas veces

5. nunca

Los temas tocados en el programa son de ámbito nacional

1. siempre

2. casi siempre

3. algunas veces

4. muy pocas veces

5. nunca

Los temas tocados en el programa son de ámbito internacional

1. siempre

2. casi siempre

3. algunas veces

4. muy pocas veces

5. nunca

Los conductores brindan las fuentes sobre la información de la que hablan

1. siempre

2. casi siempre

3. algunas veces

4. muy pocas veces

5. nunca

Los temas tocados en el programa tienen que ver con la agenda de nuestra sociedad Actual

1. siempre

2. casi siempre

3. algunas veces

4. muy pocas veces

5. nunca

Los temas tocados en el programa tienen que ver con la agenda de nuestra sociedad Pasada

1. siempre

2. casi siempre

3. algunas veces

4. muy pocas veces

5. nunca

Los temas tocados en el programa tienen que ver con la agenda de nuestra sociedad Futuro

1. siempre

2. casi siempre

3. algunas veces

4. muy pocas veces

5. nunca

Los nombres, lugares o instituciones que normalmente se mencionan o aparecen en el programa son conocidos por el público en general

1. siempre

2. casi siempre

3. algunas veces

4. muy pocas veces

5. nunca

Los comentarios son leídos y considerados en el programa.

1. siempre

2. casi siempre

3. algunas veces

4. muy pocas veces

5. nunca

¿Se siente identificado con la frase "el podcast de la gente decente"?

1. siempre

2. casi siempre

3. algunas veces

4. muy pocas veces

5. nunca

¿Se siente identificado con la frase "el podcast de la gente decente"?

1. siempre

2. casi siempre

3. algunas veces

4. muy pocas veces

5. nunca

¿Se siente parte de la llamada "Comunidad Móbiko"?

1. siempre

2. casi siempre

3. algunas veces

4. muy pocas veces

5. nunca

Cuando en la emisión del programa dejan una pregunta de opinión para el público ¿cuánto responder en los comentarios?

1. siempre

2. casi siempre

3. algunas veces

4. muy pocas veces

5. nunca

Los conductores de Móbiko podcast mencionan a los demás integrantes del equipo de producción

1. siempre

2. casi siempre

3. algunas veces

4. muy pocas veces

5. nunca

Los conductores suelen ponerse como ejemplos o referencias dentro de los temas que tocan

1. siempre

2. casi siempre

3. algunas veces

4. muy pocas veces

5. nunca

Los conductores desarrollan los temas desde un punto de vista Personal

1. siempre

2. casi siempre

3. algunas veces

4. muy pocas veces

5. nunca

Los conductores desarrollan los temas desde un punto de vista Técnico

1. siempre

2. casi siempre

3. algunas veces

4. muy pocas veces

5. nunca

El programa Móbiko podcast tiene un tema musical, efectos de sonido o edición que lo distinguen

1. siempre

2. casi siempre

3. algunas veces

4. muy pocas veces

5. nunca

El programa Móbiko podcast se identifica con el género radiofónico informativo

1. siempre

2. casi siempre

3. algunas veces

4. muy pocas veces

5. nunca

El programa Móbiko podcast se identifica con el género radiofónico de opinión

1. siempre

2. casi siempre

3. algunas veces

4. muy pocas veces

5. nunca

El programa Móbiko podcast se identifica con el género radiofónico de entretenimiento

1. siempre

2. casi siempre

3. algunas veces

4. muy pocas veces

5. nunca

El programa Móbiko podcast se identifica con el formato entrevistas

1. siempre

2. casi siempre

3. algunas veces

4. muy pocas veces

5. nunca

El programa Móbiko podcast se identifica con el formato Tertulias (conversación)

1. siempre

2. casi siempre

3. algunas veces

4. muy pocas veces

5. nunca

El programa Móbiko podcast se identifica con el formato noticias

1. siempre

2. casi siempre

3. algunas veces

4. muy pocas veces

5. nunca

El programa Moloko podcast se identifica con el formato debate

1. siempre
2. casi siempre
3. algunas veces
4. muy pocas veces
5. nunca

El programa Moloko podcast está dirigido a público de perfil socioeconómico alto

1. siempre
2. casi siempre
3. algunas veces
4. muy pocas veces
5. nunca

El programa Moloko podcast está dirigido a público de perfil socioeconómico medio

1. siempre
2. casi siempre
3. algunas veces
4. muy pocas veces
5. nunca

El programa Moloko podcast está dirigido a público de perfil socioeconómico bajo

1. siempre
2. casi siempre
3. algunas veces
4. muy pocas veces
5. nunca

El programa Moloko podcast está dirigido a público con estudios básicos (Primaria, secundaria)

1. siempre
2. casi siempre
3. algunas veces
4. muy pocas veces
5. nunca

El programa Moloko podcast está dirigido a público con estudios superiores (técnicos, universitarios)

1. siempre
2. casi siempre
3. algunas veces
4. muy pocas veces
5. nunca

El programa Moloko podcast está dirigido a público sin estudios

1. siempre
2. casi siempre
3. algunas veces
4. muy pocas veces
5. nunca

El programa Moloko podcast está dirigido a adolescentes

1. siempre
2. casi siempre
3. algunas veces
4. muy pocas veces
5. nunca

El programa Moloko podcast está dirigido a jóvenes

1. siempre
2. casi siempre
3. algunas veces
4. muy pocas veces
5. nunca

El programa Moloko podcast está dirigido a adultos

1. siempre
2. casi siempre
3. algunas veces
4. muy pocas veces
5. nunca

Muchas gracias por tu tiempo

Descripción (opcional)

**Anexo 5**



**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Apellidos y nombres del experto: VARGAS AMAS MARIANO

Título y/o Grado:

Ph. D.....( )	Doctor.....( )	Magister....(X)	Licenciado....( )	Otros. Especifique
---------------	----------------	-----------------	-------------------	--------------------

Universidad que labora: UCV

Fecha: 9/12/19

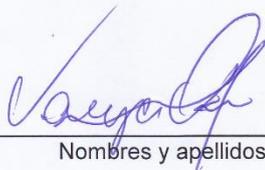
**“Percepción del discurso radiofónico del programa digital Moloko podcast en los seguidores de su fan page de Facebook”**

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “x” en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
<b>TOTAL</b>				

SUGERENCIAS:-----  
-----

Firma del experto:

  
\_\_\_\_\_  
Nombres y apellidos



### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Aurita Rojas Paria Inés

Título y/o Grado:

Ph. D.....( ) Doctor.....( ) Magister....() Licenciado....( ) Otros. Especifique

Universidad que labora: UCV

Fecha: 09/12/2018

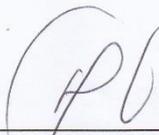
#### “Percepción del discurso radiofónico del programa digital Moloko podcast en los seguidores de su fan page de Facebook”

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “x” en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	/		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	/		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	/		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	/		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	/		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	/		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	/		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	/		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		/	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	/		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	/		
<b>TOTAL</b>				

SUGERENCIAS: Mejoras propuestas en escala de Likert

Firma del experto:

  
\_\_\_\_\_  
Nombres y apellidos  
Aurita Inés Rojas Paria



### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Ortega Flavió, Gladys

Título y/o Grado:

Ph. D.....( ) , Doctor.....( / ) Magister....( X ) Licenciado....( ) Otros. Especifique

Universidad que labora: Universidad Nacional Federico Villarreal

Fecha: 12 de diciembre del 2019

#### “Percepción del discurso radiofónico del programa digital Moloko podcast en los seguidores de su fan page de Facebook”

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS:-----

Firma del experto:

Nombres y apellidos

# Anexo 6

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO DE PÁGINA FÓRMULAS DATOS REVISAR VISTA Iniciar sesión

Tabla dinámica Tablas Tablas dinámicas Tabla Imágenes en línea Ilustraciones Tienda Mis aplicaciones Complementos Gráficos recomendados Gráficos Gráfico dinámico Informes Power View Línea Columna +/- Minigráficos Segmentación de datos Filtros Escala de tiempo Vínculos Cuadro de texto Encabez. pie pág. Texto Ecuación Símbolo Símbolos

G21

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S

1

2 **CALCULO TAMAÑO DE MUESTRA FINITA**

3

Parametro	Insertar Valor
N	4,200
Z	1.960
P	50.00%
Q	50.00%
e	5.00%

Tamaño de muestra "n" = 352.04

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

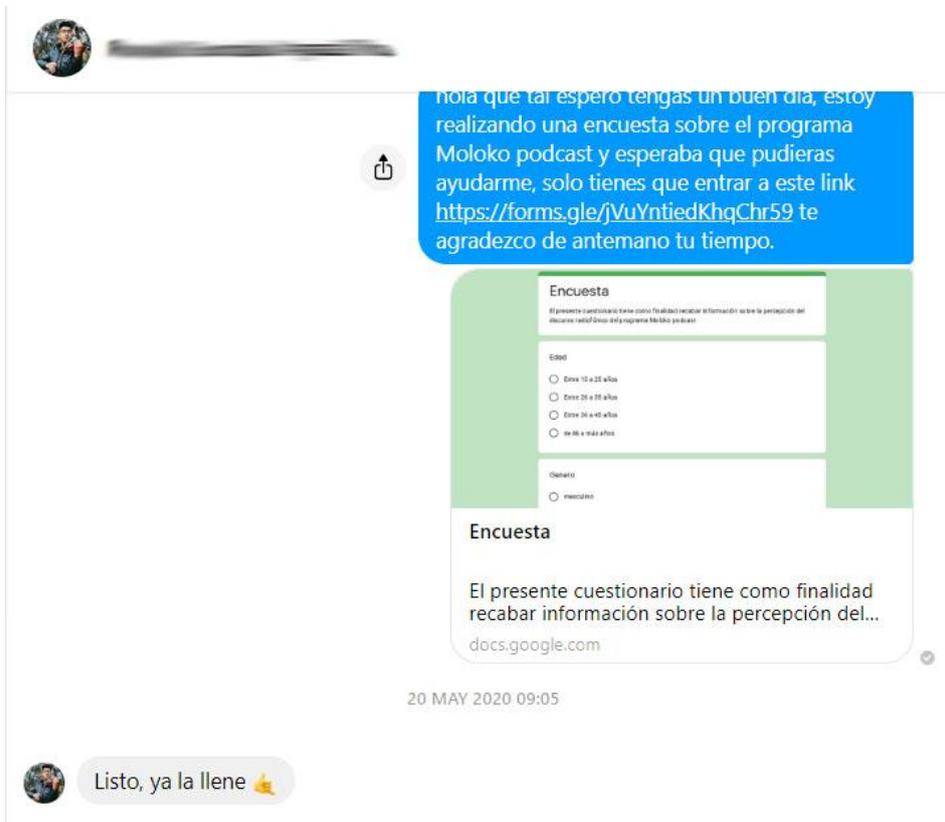
n = Tamaño de muestra buscado  
 N = Tamaño de la Población o Universo  
 Z = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC)  
 e = Erro de estimación máximo aceptado  
 p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)  
 q = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

Nivel de confianza	Z <sub>alfa</sub>
99.7%	3
99%	2.58
98%	2.33
96%	2.05
95%	1.96
90%	1.645
80%	1.28
50%	0.674

## Anexo 7



## Anexo 8



WhatsApp chat interface showing a message and a shared Google Form.

**Message:** hola que tal espero tengas un buen día, estoy realizando una encuesta sobre el programa Moloko podcast y esperaba que pudieras ayudarme, solo tienes que entrar a este link <https://forms.gle/fVuYntiedKhqChr59> te agradezco de antemano tu tiempo.

**Shared Form:**

**Encuesta**  
El presente cuestionario tiene como finalidad recabar información sobre la percepción del discurso radiofónico del programa Moloko podcast.

**Edad**

- Entre 15 a 25 años
- Entre 26 a 35 años
- Entre 36 a 45 años
- de 46 a más años

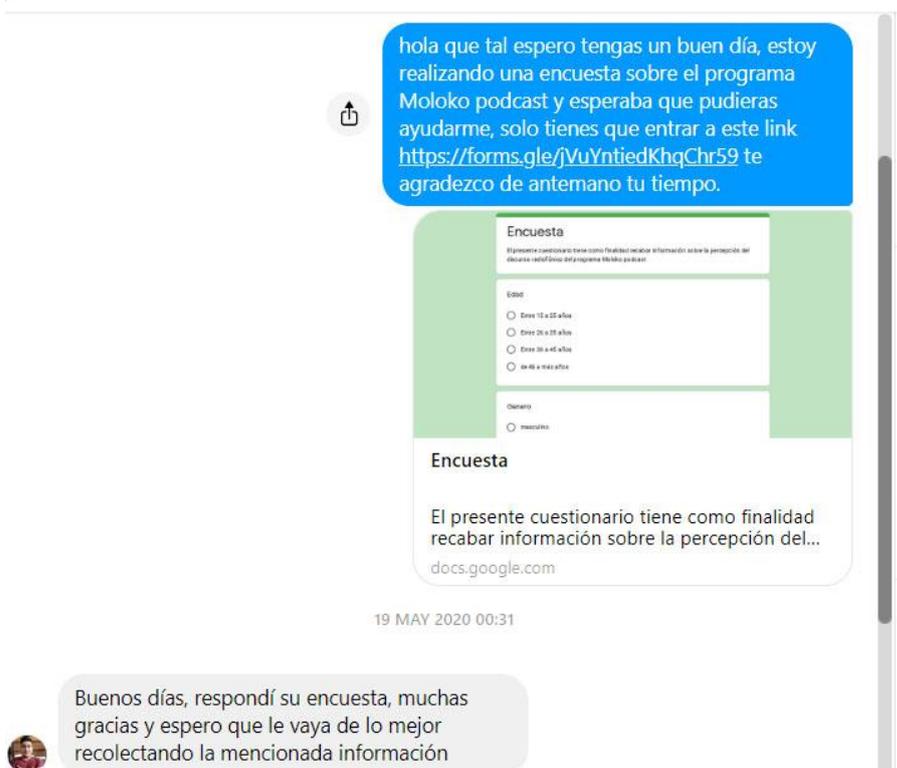
**Genero**

- masculino

**Encuesta**  
El presente cuestionario tiene como finalidad recabar información sobre la percepción del...  
docs.google.com

20 MAY 2020 09:05

**Reply:** Listo, ya la llene 🙌



WhatsApp chat interface showing a message and a shared Google Form.

**Message:** hola que tal espero tengas un buen día, estoy realizando una encuesta sobre el programa Moloko podcast y esperaba que pudieras ayudarme, solo tienes que entrar a este link <https://forms.gle/fVuYntiedKhqChr59> te agradezco de antemano tu tiempo.

**Shared Form:**

**Encuesta**  
El presente cuestionario tiene como finalidad recabar información sobre la percepción del discurso radiofónico del programa Moloko podcast.

**Edad**

- Entre 15 a 25 años
- Entre 26 a 35 años
- Entre 36 a 45 años
- de 46 a más años

**Genero**

- masculino

**Encuesta**  
El presente cuestionario tiene como finalidad recabar información sobre la percepción del...  
docs.google.com

19 MAY 2020 00:31

**Reply:** Buenos días, respondí su encuesta, muchas gracias y espero que le vaya de lo mejor recolectando la mencionada información

hola que tal espero tengas un buen día, estoy realizando una encuesta sobre el programa Moloko podcast y esperaba que pudieras ayudarme, solo tienes que entrar a este link <https://forms.gle/fVuYntiedKhqChr59> te agradezco de antemano tu tiempo.



**Encuesta**  
El presente cuestionario tiene como finalidad recabar información sobre la percepción del programa Moloko podcast.

**Edad**

- Entre 18 a 22 años
- Entre 23 a 29 años
- Entre 30 a 40 años
- De 41 a más años

**Sexo**

- masculino

**Encuesta**

El presente cuestionario tiene como finalidad recabar información sobre la percepción del...  
docs.google.com

10 MAY 2020 00:02

Ahora pueden llamarse y ver su estado activo y cuándo leen los mensajes.



Listo 🙏



hola que tal espero tengas un buen día, estoy realizando una encuesta sobre el programa Moloko podcast y esperaba que pudieras ayudarme, solo tienes que entrar a este link <https://forms.gle/fVuYntiedKhqChr59> te agradezco de antemano tu tiempo.



**Encuesta**  
El presente cuestionario tiene como finalidad recabar información sobre la percepción del programa Moloko podcast.

**Edad**

- Entre 18 a 22 años
- Entre 23 a 29 años
- Entre 30 a 40 años
- De 41 a más años

**Sexo**

- masculino

**Encuesta**

El presente cuestionario tiene como finalidad recabar información sobre la percepción del...  
docs.google.com



Claro con gusto 😊

Ahora pueden llamarse y ver su estado activo y cuándo leen los mensajes.

## Anexo 9

Discurso radiofónico																																		
	DIMENSIÓN REFERENCIAL									DIMENSIÓN ENUNCIATIVA																DIMENSIÓN ESTRUCTURAL								
	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P1 0	P1 1	P1 2	P1 3	P1 4	P1 5	P1 6	P1 7	P1 8	P1 9	P2 0	P2 1	P2 2	P2 3	P2 4	P2 5	P2 6	P2 7	P2 8	P2 9	P3 0	P3 1	P3 2	P3 3	P3 4
1	4	4	3	2	3	3	2	3	4	4	5	5	1	4	5	4	3	5	2	4	5	3	4	1	3	2	4	2	4	2	3	1	5	4
2	4	4	4	2	3	4	3	1	2	2	5	4	3	4	5	5	2	5	2	5	3	4	3	2	4	4	4	3	2	4	2	3	3	3
3	4	4	4	2	2	4	2	3	4	3	1	2	1	4	2	4	2	3	2	2	4	2	4	1	1	4	4	2	1	4	3	3	3	4
4	4	3	4	3	4	3	3	3	5	5	5	5	4	3	3	4	4	2	4	4	4	3	3	3	3	2	3	2	4	2	1	2	2	4
5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	3	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	5	4	4	5	5	3	3	5	5
6	4	3	4	2	5	5	3	2	4	3	5	5	2	5	3	5	4	3	4	4	5	2	5	2	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
7	4	4	4	2	3	4	3	3	3	2	5	5	1	3	4	3	3	5	3	4	3	2	4	3	2	1	4	3	1	3	2	3	3	3
8	4	5	5	3	2	3	3	2	4	2	1	2	4	1	3	5	1	4	4	4	4	1	4	1	1	3	3	3	4	2	4	4	3	2
9	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	3	2	4	1	3	4	4
10	4	3	4	3	5	4	4	3	5	5	5	5	1	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	1	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5
11	4	4	4	2	4	4	3	3	3	5	3	5	2	3	3	3	4	4	4	3	5	4	4	1	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3
12	4	4	5	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	5	3	4	5	3	5	2	3	3	4	3	2	5	1	3	4	2
13	4	5	4	2	4	4	3	3	3	4	4	5	1	4	5	5	2	3	4	4	5	4	5	3	4	3	5	4	4	4	2	4	5	3
14	4	3	3	3	4	5	3	2	4	3	5	5	2	3	3	2	5	4	4	5	4	3	4	2	4	3	4	3	3	4	1	3	5	4
15	4	4	4	2	3	4	3	3	4	3	5	5	3	4	1	3	4	5	2	4	3	3	5	3	2	3	4	2	5	5	2	2	5	4
16	4	4	4	3	5	5	3	5	3	3	5	5	2	3	2	3	3	5	5	5	4	3	5	2	4	1	3	1	1	5	1	2	5	5
17	4	4	4	3	4	5	3	4	4	2	5	3	2	3	4	3	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
18	4	3	3	3	2	4	3	2	4	3	4	4	1	3	3	3	2	2	3	4	4	3	4	1	2	3	3	2	3	3	3	4	5	2
19	4	4	5	3	2	5	5	4	4	4	5	5	2	3	3	4	4	5	3	4	4	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	4	2	2	3	4	3	3	2	3	2	2	1	3	2	4	2	3	2	3	5	5	5	1	1	3	4	3	1	5	1	1	4	4
21	4	4	3	3	4	4	2	4	3	5	5	5	2	3	4	3	3	5	5	5	5	5	3	5	3	3	3	4	5	3	5	5	5	3
22	5	3	4	2	4	4	3	3	4	3	4	5	2	3	4	4	3	5	5	4	4	3	5	3	4	3	4	3	5	5	2	3	5	3

23	4	4	3	2	4	4	3	3	4	3	4	5	2	4	4	4	3	5	3	4	4	3	4	1	1	1	4	4	2	4	2	3	5	3	
24	4	4	4	3	3	4	2	2	4	3	5	5	4	3	3	3	3	2	3	5	3	4	2	3	2	4	2	2	3	2	3	4	4		
25	5	5	2	2	4	4	4	2	4	3	3	4	1	3	2	4	3	3	2	4	3	3	4	1	1	4	4	2	2	4	1	3	4	3	
26	5	5	5	1	3	5	5	2	5	5	5	5	5	2	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	3	4	5	3	5	5	3		
27	5	4	3	3	3	4	3	3	4	4	5	5	2	4	3	4	3	3	4	4	5	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	
28	4	4	4	3	4	5	3	4	3	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4	5	5	4	5	3	4	4	4	2	5	5	1	4	5	5	
29	4	5	5	2	2	4	3	2	4	3	5	4	3	4	4	3	2	4	2	2	5	4	4	2	4	3	3	1	1	5	2	2	1	5	
30	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	5	3	5	5	5	
31	3	5	4	2	3	5	3	4	2	3	4	4	2	3	3	3	5	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	1	1	3	4	
32	5	4	4	4	3	5	4	4	4	5	5	3	1	2	4	4	3	5	4	5	5	5	5	3	4	1	5	4	3	5	2	2	5	4	
33	3	4	5	2	1	3	2	1	4	2	5	3	1	4	3	4	3	1	3	4	3	4	3	1	2	2	5	3	2	5	5	3	4	5	
34	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	3	3	4	4	4	4	3	
35	5	4	5	2	3	5	3	2	3	3	5	5	1	3	4	4	3	3	4	5	5	3	5	3	4	3	4	2	3	5	3	3	4	4	
36	4	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	3	5	3	5	3	3	1	1	5	1	4	5	5	
37	4	3	3	2	4	5	3	2	4	2	2	4	2	4	2	5	3	5	2	3	5	4	5	1	2	2	5	3	3	5	2	3	5	5	
38	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	1	3	3	2	4	1	5	3	4	2	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	3	5	2
39	4	4	3	4	5	5	3	3	4	5	5	4	2	5	5	5	3	5	4	4	4	5	5	1	5	3	3	3	3	4	4	3	3	3	
40	4	4	1	3	2	4	3	2	3	5	3	2	1	3	3	5	1	5	2	2	4	3	3	1	1	3	4	2	1	4	2	3	4	3	
41	4	4	2	3	2	3	3	2	4	3	3	5	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	4	2	3	3	2	
42	5	4	4	3	2	5	3	3	5	5	5	5	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	5	2	4	3	4	3	3	3	2	4	4	4	
43	3	3	3	3	3	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	5	2	3	3	4	3	3	4	1	3	2	3	2	2	4	2	2	4	3	
44	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	
45	5	4	3	2	3	4	2	2	4	3	3	4	1	3	3	5	3	5	4	3	4	4	5	2	3	3	4	2	2	5	2	2	5	3	
46	4	4	3	2	3	4	2	3	4	3	5	3	3	2	5	5	2	2	3	4	3	4	5	1	3	3	3	2	3	4	2	1	4	4	
47	3	4	4	2	1	3	3	1	4	3	2	1	4	3	3	4	2	5	1	4	4	3	5	1	1	3	4	1	5	5	2	3	4	1	
48	5	5	5	3	3	5	3	4	3	5	4	3	4	4	4	3	5	5	4	4	4	5	5	3	3	3	4	1	1	5	3	5	5	5	
49	4	5	5	2	4	5	4	3	3	4	4	5	2	3	4	4	2	1	4	5	4	5	4	2	3	2	5	2	2	5	4	5	5	5	
50	4	3	4	2	3	5	3	4	5	3	5	2	3	2	4	1	5	2	3	3	4	4	2	2	3	1	1	1	2	4	2	2	4	3	

51	5	4	4	3	4	5	3	3	5	4	5	5	2	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	2	4	1	3	2	2	3	3	2	4	3
52	4	4	4	3	3	5	3	3	4	4	5	5	1	2	3	4	3	4	2	4	4	4	4	1	4	3	4	3	2	4	3	2	4	3
53	4	4	4	2	4	5	4	3	4	4	5	5	3	5	4	3	3	4	3	5	5	4	5	1	3	4	4	2	4	4	3	3	5	5
54	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	3	4	3	4	4	2	3	4	3
55	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	2	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	2	3	4	4	2	3	4	3	4	4	3
56	4	3	4	2	2	4	3	3	4	3	5	4	3	2	4	2	4	5	1	3	5	2	5	1	2	2	4	2	3	5	2	2	5	4
57	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	2	3	2	4	2	3	4	2	3	4	3
58	4	4	3	3	3	4	3	3	4	2	5	3	3	3	4	5	3	5	4	5	5	3	5	2	4	4	4	2	4	5	1	4	5	3
59	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	1	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3	2	2	4	1	3	4	4
60	4	4	4	2	5	4	3	3	5	3	5	3	3	4	4	4	2	5	3	4	4	3	4	1	4	2	4	2	3	4	2	2	5	4
61	5	4	3	3	3	4	2	3	4	3	4	5	2	2	4	4	4	4	4	5	5	3	4	3	3	2	4	2	3	3	1	4	5	3
62	3	3	4	2	5	4	4	1	5	5	3	4	3	5	4	4	3	5	4	4	5	4	3	2	2	3	4	1	1	5	1	2	4	3
63	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	1	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3	2	2	4	1	3	4	4
64	4	4	4	3	4	5	3	2	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	3	4	5	3	4	3	3	2	5	4	5	4	3	4	5	3
65	4	4	4	2	3	4	2	3	4	3	4	5	3	3	3	4	2	4	3	4	5	3	3	1	3	3	3	1	2	4	2	3	3	3
66	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	2	2	3	4	3	4	2	3	3	5	4	5	3	3	2	4	2	4	4	3	4	4	4
67	4	4	3	3	4	4	2	2	4	2	5	5	1	3	3	4	3	3	4	5	5	3	5	2	4	3	5	2	4	5	1	3	4	4
68	5	4	4	4	4	5	3	3	4	5	5	5	4	4	3	3	4	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5
69	5	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2	5	2	2	4	4	3	2	3	4	4	3	3	2	4	2	3	3	4	4	3	4	4	3
70	5	4	4	3	4	4	3	3	3	4	5	5	2	4	1	5	4	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	3	2	4	2	3	4	5
71	4	4	3	3	4	5	2	3	3	4	3	4	2	4	4	5	3	5	3	3	4	4	4	1	3	3	3	3	3	5	2	3	4	4
72	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	3	5	4	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	3	5	4	2	3	4	4
73	4	5	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	3	5	4	2	3	4	4
74	4	4	4	3	4	5	3	4	4	2	3	5	4	3	4	4	2	5	2	4	4	4	5	1	3	2	3	2	2	4	2	3	4	4
75	4	5	3	2	4	3	2	2	4	2	5	5	1	2	3	3	4	2	2	2	5	3	3	1	2	2	5	2	1	5	1	2	5	5
76	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	5	3	4	3	4	5	5	2	2	2	2	4	1	2	1	1	1	5	4	3	3	5	4
77	3	4	4	2	2	4	2	3	3	3	3	3	2	3	2	5	2	4	3	3	3	3	4	1	2	3	3	3	2	4	3	3	5	2
78	4	4	2	2	3	4	3	3	4	3	5	3	2	2	4	5	3	5	3	4	4	4	4	1	2	3	3	1	2	4	1	2	4	2

79	5	3	5	3	2	4	2	3	3	2	3	4	2	3	5	5	2	5	3	5	5	4	5	1	3	4	4	1	5	5	1	2	3	4	
80	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	5	5	3	3	3	5	3	5	4	3	5	4	5	3	3	3	3	2	4	3	2	2	2	4	
81	4	4	2	3	4	5	3	4	3	5	5	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	3	5	5	3	4	5	4	
82	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	2	4	5	5	5	3	4	4	3	3	3	2	3	3	2	4	5	3	
83	5	4	1	4	1	4	3	3	5	3	5	5	2	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	1	5	5	3	5	5	5	
84	5	4	4	2	2	4	3	3	4	3	3	5	2	2	3	4	2	4	3	4	4	3	4	2	2	3	4	2	2	4	2	3	4	4	
85	4	4	4	4	5	3	3	2	3	3	3	3	1	2	2	2	4	2	3	3	3	4	3	2	4	2	2	2	1	5	5	3	4	5	
86	4	4	3	3	5	5	4	5	4	3	5	5	2	3	5	4	4	5	2	4	4	4	4	2	4	3	4	4	5	3	2	3	4	4	
87	5	4	4	3	5	4	3	3	3	4	3	5	3	3	4	3	3	5	3	3	5	4	5	3	3	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3
88	4	3	4	2	5	5	3	3	4	3	5	3	1	2	3	3	4	4	4	4	5	3	5	1	3	3	4	2	2	4	2	4	4	3	
89	4	4	4	2	4	5	3	3	4	4	5	5	1	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	1	2	1	5	2	4	4	3	3	4	3	
90	4	4	4	3	4	5	3	3	4	4	5	5	3	3	3	4	3	5	5	5	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
91	4	5	5	3	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	2	2	3	4	2	4	3	3	4	5	3	
92	4	3	3	3	4	5	2	3	4	3	5	4	2	4	4	3	4	5	2	4	4	4	5	2	4	3	5	2	3	4	2	2	4	3	
93	5	4	4	3	5	4	3	4	4	5	5	5	2	3	4	3	4	5	5	4	4	4	5	3	4	1	4	3	3	4	3	3	4	4	
94	5	5	5	3	5	5	3	3	4	4	5	5	3	5	4	3	4	5	3	3	3	3	3	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
95	5	4	3	4	5	5	3	3	4	3	5	3	3	3	3	4	4	5	4	5	3	4	5	2	2	2	2	3	2	4	3	2	5	3	
96	4	4	4	2	5	4	2	3	5	4	5	5	1	3	4	3	5	5	3	4	5	3	5	1	5	3	3	3	4	4	2	4	5	3	
97	4	4	3	2	3	3	2	3	4	4	5	5	1	4	5	4	3	5	2	4	5	3	4	1	3	2	4	2	4	2	3	1	5	4	
98	4	4	4	2	3	4	3	1	2	2	5	4	3	4	5	5	2	5	2	5	3	4	3	2	4	4	4	3	2	4	2	3	3	3	
99	4	4	4	2	2	4	2	3	4	3	1	2	1	4	2	4	2	3	2	2	4	2	4	1	1	4	4	2	1	4	3	3	3	4	
100	4	3	4	3	4	3	3	3	5	5	5	5	4	3	3	4	4	2	4	4	4	3	3	3	3	2	3	2	4	2	1	2	2	4	
101	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	3	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	5	4	4	5	5	3	3	5	5	
102	4	3	4	2	5	5	3	2	4	3	5	5	2	5	3	5	4	3	4	4	5	2	5	2	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	
103	4	4	4	2	3	4	3	3	3	2	5	5	1	3	4	3	3	5	3	4	3	2	4	3	2	1	4	3	1	3	2	3	3	3	
104	4	5	5	3	2	3	3	2	4	2	1	2	4	1	3	5	1	4	4	4	4	1	4	1	1	3	3	3	4	2	4	4	3	2	

105	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	3	3	4	3	2	4	1	3	4	4	
106	4	3	4	3	5	4	4	3	5	5	5	5	1	5	5	5	4	5	5	5	5	5	1	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	
107	4	4	4	2	4	4	3	3	3	5	3	5	2	3	3	3	4	4	4	3	5	4	4	1	3	2	2	2	3	3	3	3	3	
108	4	4	5	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	5	3	4	5	3	5	2	3	3	4	3	2	5	1	3	4	2
109	4	5	4	2	4	4	3	3	3	4	4	5	1	4	5	5	2	3	4	4	5	4	5	3	4	3	5	4	4	4	2	4	5	3
110	4	3	3	3	4	5	3	2	4	3	5	5	2	3	3	2	5	4	4	5	4	3	4	2	4	3	4	3	3	4	1	3	5	4
111	4	4	4	2	3	4	3	3	4	3	5	5	3	4	1	3	4	5	2	4	3	3	5	3	2	3	4	2	5	5	2	2	5	4
112	4	4	4	3	5	5	3	5	3	3	5	5	2	3	2	3	3	5	5	5	4	3	5	2	4	1	3	1	1	5	1	2	5	5
113	4	4	4	3	4	5	3	4	4	2	5	3	2	3	4	3	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
114	4	3	3	3	2	4	3	2	4	3	4	4	1	3	3	3	2	2	3	4	4	3	4	1	2	3	3	2	3	3	3	4	5	2
115	4	4	5	3	2	5	5	4	4	4	5	5	2	3	3	4	4	5	3	4	4	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
116	4	4	2	2	3	4	3	3	2	3	2	2	1	3	2	4	2	3	2	3	5	5	5	1	1	3	4	3	1	5	1	1	4	4
117	4	4	3	3	4	4	2	4	3	5	5	5	2	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	3	4	5	3	5	5	3
118	5	3	4	2	4	4	3	3	4	3	4	5	2	3	4	4	3	5	5	4	4	3	5	3	4	3	4	3	5	5	2	3	5	3
119	4	4	3	2	4	4	3	3	4	3	4	5	2	4	4	4	3	5	3	4	4	3	4	1	1	1	4	4	2	4	2	3	5	3
120	4	4	4	3	3	4	2	2	4	3	5	5	4	3	3	3	3	2	3	5	3	4	2	3	2	4	2	2	3	2	3	4	4	
121	5	5	2	2	4	4	4	2	4	3	3	4	1	3	2	4	3	3	2	4	3	3	4	1	1	4	4	2	2	4	1	3	4	3
122	5	5	5	1	3	5	5	2	5	5	5	5	5	2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	3	4	5	3	5	5	3
123	5	4	3	3	3	4	3	3	4	4	5	5	2	4	3	4	3	3	4	4	5	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3
124	4	4	4	3	4	5	3	4	3	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4	5	5	4	5	3	4	4	4	2	5	5	1	4	5	5
125	4	5	5	2	2	4	3	2	4	3	5	4	3	4	4	3	2	4	2	2	5	4	4	2	4	3	3	1	1	5	2	2	1	5

12 6	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	5	3	5	5	5	
12 7	3	5	4	2	3	5	3	4	2	3	4	4	2	3	3	3	5	4	2	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	1	1	3	4	
12 8	5	4	4	4	3	5	4	4	4	5	5	3	1	2	4	4	3	5	4	5	5	5	5	3	4	1	5	4	3	5	2	2	5	4
12 9	3	4	5	2	1	3	2	1	4	2	5	3	1	4	3	4	3	1	3	4	3	4	3	1	2	2	5	3	2	5	5	3	4	5
13 0	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	3	3	4	4	4	4	3
13 1	5	4	5	2	3	5	3	2	3	3	5	5	1	3	4	4	3	3	4	5	5	3	5	3	4	3	4	2	3	5	3	3	4	4
13 2	4	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	3	5	3	5	3	3	1	1	5	1	4	5	5
13 3	4	3	3	2	4	5	3	2	4	2	2	4	2	4	2	5	3	5	2	3	5	4	5	1	2	2	5	3	3	5	2	3	5	5
13 4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	1	3	3	2	4	1	5	3	4	2	5	3	3	3	5	5	5	5	5	3	5	2
13 5	4	4	3	4	5	5	3	3	4	5	5	4	2	5	5	5	3	5	4	4	4	5	5	1	5	3	3	3	3	4	4	3	3	3
13 6	4	4	1	3	2	4	3	2	3	5	3	2	1	3	3	5	1	5	2	2	4	3	3	1	1	3	4	2	1	4	2	3	4	3
13 7	4	4	2	3	2	3	3	2	4	3	3	5	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	4	2	3	3	2
13 8	5	4	4	3	2	5	3	3	5	5	5	5	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	5	2	4	3	4	3	3	3	2	4	4	4
13 9	3	3	3	3	3	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	5	2	3	3	4	3	3	4	1	3	2	3	2	2	4	2	2	4	3
14 0	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4
14 1	5	4	3	2	3	4	2	2	4	3	3	4	1	3	3	5	3	5	4	3	4	4	5	2	3	3	4	2	2	5	2	2	5	3
14 2	4	4	3	2	3	4	2	3	4	3	5	3	3	2	5	5	2	2	3	4	3	4	5	1	3	3	3	2	3	4	2	1	4	4
14 3	3	4	4	2	1	3	3	1	4	3	2	1	4	3	3	4	2	5	1	4	4	3	5	1	1	3	4	1	5	5	2	3	4	1
14 4	5	5	5	3	3	5	3	4	3	5	4	3	4	4	4	3	5	5	4	4	4	5	5	3	3	3	4	1	1	5	3	5	5	5
14 5	4	5	5	2	4	5	4	3	3	4	4	5	2	3	4	4	2	1	4	5	4	5	4	2	3	2	5	2	2	5	4	5	5	5
14 6	4	3	4	2	3	5	3	4	5	3	5	2	3	2	4	1	5	2	3	3	4	4	2	2	3	1	1	1	2	4	2	2	4	3

147	5	4	4	3	4	5	3	3	5	4	5	5	2	3	4	5	3	4	4	4	4	4	2	4	1	3	2	2	3	3	2	4	3		
148	4	4	4	3	3	5	3	3	4	4	5	5	1	2	3	4	3	4	2	4	4	4	4	1	4	3	4	3	2	4	3	2	4	3	
149	4	4	4	2	4	5	4	3	4	4	5	5	3	5	4	3	3	4	3	5	5	4	5	1	3	4	4	2	4	4	3	3	5	5	
150	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	3	4	3	4	4	2	3	4	3	
151	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	2	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	2	3	4	4	2	3	4	3	4	4	3	
152	4	3	4	2	2	4	3	3	4	3	5	4	3	2	4	2	4	5	1	3	5	2	5	1	2	2	4	2	3	5	2	2	5	4	
153	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	2	3	2	4	2	3	4	2	3	4	3	
154	4	4	3	3	3	4	3	3	4	2	5	3	3	3	4	5	3	5	4	5	5	3	5	2	4	4	4	2	4	5	1	4	5	3	
155	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	1	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3	2	2	4	1	3	4	4	
156	4	4	4	2	5	4	3	3	5	3	5	3	3	4	4	4	2	5	3	4	4	3	4	1	4	2	4	2	3	4	2	2	5	4	
157	5	4	3	3	3	4	2	3	4	3	4	5	2	2	4	4	4	4	4	5	5	3	4	3	3	2	4	2	3	3	1	4	5	3	
158	3	3	4	2	5	4	4	1	5	5	3	4	3	5	4	4	3	5	4	4	5	4	3	2	2	3	4	1	1	5	1	2	4	3	
159	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	1	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3	2	2	4	1	3	4	4	
160	4	4	4	3	4	5	3	2	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	3	4	5	3	4	3	3	2	5	4	5	4	3	4	5	3	
161	4	4	4	2	3	4	2	3	4	3	4	5	3	3	3	4	2	4	3	4	5	3	3	1	3	3	3	1	2	4	2	3	3	3	
162	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	2	2	3	4	3	4	2	3	3	5	4	5	3	3	2	4	2	4	4	3	4	4	4	
163	4	4	3	3	4	4	2	2	4	2	5	5	1	3	3	4	3	3	4	5	5	3	5	2	4	3	5	2	4	5	1	3	4	4	
164	5	4	4	4	4	5	3	3	4	5	5	5	4	4	3	3	4	5	3	4	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	5	
165	5	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2	5	2	2	4	4	3	2	3	4	4	3	3	2	4	2	3	3	4	4	3	4	4	3	
166	5	4	4	3	4	4	3	3	3	4	5	5	2	4	1	5	4	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	3	2	4	2	3	4	5
167	4	4	3	3	4	5	2	3	3	4	3	4	2	4	4	5	3	5	3	3	4	4	4	1	3	3	3	3	3	5	2	3	4	4	

168	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	3	5	4	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	3	5	4	2	3	4	4	
169	4	5	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	3	5	4	2	3	4	4	
170	4	4	4	3	4	5	3	4	4	2	3	5	4	3	4	4	2	5	2	4	4	4	5	1	3	2	3	2	2	4	2	3	4	4	
171	4	5	3	2	4	3	2	2	4	2	5	5	1	2	3	3	4	2	2	2	5	3	3	1	2	2	5	2	1	5	1	2	5	5	
172	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	5	3	4	3	4	5	5	2	2	2	2	4	1	2	1	1	1	5	4	3	3	5	4	
173	3	4	4	2	2	4	2	3	3	3	3	3	2	3	2	5	2	4	3	3	3	3	4	1	2	3	3	3	2	4	3	3	5	2	
174	4	4	2	2	3	4	3	3	4	3	5	3	2	2	4	5	3	5	3	4	4	4	4	1	2	3	3	1	2	4	1	2	4	2	
175	5	3	5	3	2	4	2	3	3	2	3	4	2	3	5	5	2	5	3	5	5	4	5	1	3	4	4	1	5	5	1	2	3	4	
176	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	5	5	3	3	3	5	3	5	4	3	5	4	5	3	3	3	3	2	4	3	2	2	2	4	
177	4	4	2	3	4	5	3	4	3	5	5	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	3	5	5	3	4	5	4	
178	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	2	4	5	5	5	3	4	4	3	3	3	2	3	3	2	4	5	3	
179	5	4	1	4	1	4	3	3	5	3	5	5	2	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	1	5	5	3	5	5	5	
180	5	4	4	2	2	4	3	3	4	3	3	5	2	2	3	4	2	4	3	4	4	3	4	2	2	3	4	2	2	4	2	3	4	4	
181	4	4	4	4	5	3	3	2	3	3	3	3	1	2	2	2	4	2	3	3	3	4	3	2	4	2	2	2	1	5	5	3	4	5	
182	4	4	3	3	5	5	4	5	4	3	5	5	2	3	5	4	4	5	2	4	4	4	4	2	4	3	4	4	5	3	2	3	4	4	
183	5	4	4	3	5	4	3	3	3	4	3	5	3	3	4	3	3	5	3	3	5	4	5	3	3	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3
184	4	3	4	2	5	5	3	3	4	3	5	3	1	2	3	3	4	4	4	4	5	3	5	1	3	3	4	2	2	4	2	4	4	3	
185	4	4	4	2	4	5	3	3	4	4	5	5	1	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	1	2	1	5	2	4	4	3	3	4	3	
186	4	4	4	3	4	5	3	3	4	4	5	5	3	3	3	4	3	5	5	5	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
187	4	5	5	3	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	2	2	3	4	2	4	3	3	4	5	3	
188	4	3	3	3	4	5	2	3	4	3	5	4	2	4	4	3	4	5	2	4	4	4	5	2	4	3	5	2	3	4	2	2	4	3	

189	5	4	4	3	5	4	3	4	4	5	5	5	2	3	4	3	4	5	5	4	4	4	5	3	4	1	4	3	3	4	3	3	4	4	
190	4	4	3	2	3	3	2	3	4	4	5	5	1	4	5	4	3	5	2	4	5	3	4	1	3	2	4	2	4	2	3	1	5	4	
191	4	4	4	2	3	4	3	1	2	2	5	4	3	4	5	5	2	5	2	5	3	4	3	2	4	4	4	3	2	4	2	3	3	3	
192	4	4	4	2	2	4	2	3	4	3	1	2	1	4	2	4	2	3	2	2	4	2	4	1	1	4	4	2	1	4	3	3	3	4	
193	4	3	4	3	4	3	3	3	5	5	5	5	4	3	3	4	4	2	4	4	4	3	3	3	3	2	3	2	4	2	1	2	2	4	
194	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	3	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	5	4	4	5	5	3	3	5	5	
195	4	3	4	2	5	5	3	2	4	3	5	5	2	5	3	5	4	3	4	4	5	2	5	2	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	
196	4	4	4	2	3	4	3	3	3	2	5	5	1	3	4	3	3	5	3	4	3	2	4	3	2	1	4	3	1	3	2	3	3	3	
197	4	5	5	3	2	3	3	2	4	2	1	2	4	1	3	5	1	4	4	4	4	1	4	1	1	3	3	3	4	2	4	4	3	2	
198	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	3	2	4	1	3	4	4	
199	4	3	4	3	5	4	4	3	5	5	5	5	1	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	1	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	
200	4	4	4	2	4	4	3	3	3	5	3	5	2	3	3	3	4	4	4	3	5	4	4	1	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	
201	4	4	5	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	5	3	4	5	3	5	2	3	3	4	3	2	5	1	3	4	2	
202	4	5	4	2	4	4	3	3	3	4	4	5	1	4	5	5	2	3	4	4	5	4	5	3	4	3	5	4	4	4	4	2	4	5	3
203	4	3	3	3	4	5	3	2	4	3	5	5	2	3	3	2	5	4	4	5	4	3	4	2	4	3	4	3	3	4	1	3	5	4	
204	4	4	4	2	3	4	3	3	4	3	5	5	3	4	1	3	4	5	2	4	3	3	5	3	2	3	4	2	5	5	2	2	5	4	
205	4	4	4	3	5	5	3	5	3	3	5	5	2	3	2	3	3	5	5	5	4	3	5	2	4	1	3	1	1	5	1	2	5	5	
206	4	4	4	3	4	5	3	4	4	2	5	3	2	3	4	3	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	
207	4	3	3	3	2	4	3	2	4	3	4	4	1	3	3	3	2	2	3	4	4	3	4	1	2	3	3	2	3	3	3	4	5	2	
208	4	4	5	3	2	5	5	4	4	4	5	5	2	3	3	4	4	5	3	4	4	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
209	4	4	2	2	3	4	3	3	2	3	2	2	1	3	2	4	2	3	2	3	5	5	5	1	1	3	4	3	1	5	1	1	4	4	

21	0	4	4	3	3	4	4	2	4	3	5	5	5	2	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	3	4	5	3	5	5	3	
21	1	5	3	4	2	4	4	3	3	4	3	4	5	2	3	4	4	3	5	5	4	4	3	5	3	4	3	4	3	5	5	2	3	5	3	
21	2	4	4	3	2	4	4	3	3	4	3	4	5	2	4	4	4	3	5	3	4	4	3	4	1	1	1	4	4	2	4	2	3	5	3	
21	3	4	4	4	3	3	4	2	2	4	3	5	5	4	3	3	3	3	2	3	5	3	4	2	3	2	4	2	2	3	2	3	4	4		
21	4	5	5	2	2	4	4	4	2	4	3	3	4	1	3	2	4	3	3	2	4	3	3	4	1	1	4	4	2	2	4	1	3	4	3	
21	5	5	5	5	1	3	5	5	2	5	5	5	5	5	2	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	3	3	4	5	3	5	5	3	
21	6	5	4	3	3	3	4	3	3	4	4	5	5	2	4	3	4	3	3	4	4	5	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	
21	7	4	4	4	3	4	5	3	4	3	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4	5	5	4	5	3	4	4	4	2	5	5	1	4	5	5	
21	8	4	5	5	2	2	4	3	2	4	3	5	4	3	4	4	3	2	4	2	2	5	4	4	2	4	3	3	1	1	5	2	2	1	5	
21	9	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	4	5	3	5	5	5
22	0	3	5	4	2	3	5	3	4	2	3	4	4	2	3	3	3	5	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	1	1	3	4	
22	1	5	4	4	4	3	5	4	4	4	5	5	3	1	2	4	4	3	5	4	5	5	5	5	3	4	1	5	4	3	5	2	2	5	4	
22	2	3	4	5	2	1	3	2	1	4	2	5	3	1	4	3	4	3	1	3	4	3	4	3	1	2	2	5	3	2	5	5	3	4	5	
22	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	3	3	4	4	4	4	3	
22	4	5	4	5	2	3	5	3	2	3	3	5	5	1	3	4	4	3	3	4	5	5	3	5	3	4	3	4	2	3	5	3	3	4	4	
22	5	4	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	3	5	3	5	3	3	1	1	5	1	4	5	5	
22	6	4	3	3	2	4	5	3	2	4	2	2	4	2	4	2	5	3	5	2	3	5	4	5	1	2	2	5	3	3	5	2	3	5	5	
22	7	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	1	3	3	2	4	1	5	3	4	2	5	3	3	5	5	5	5	5	5	3	5	2	
22	8	4	4	3	4	5	5	3	3	4	5	5	4	2	5	5	5	3	5	4	4	4	5	5	1	5	3	3	3	3	3	4	4	3	3	
22	9	4	4	1	3	2	4	3	2	3	5	3	2	1	3	3	5	1	5	2	2	4	3	3	1	1	3	4	2	1	4	2	3	4	3	
23	0	4	4	2	3	2	3	3	2	4	3	3	5	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	4	2	3	3	2	

23	1	5	4	4	3	2	5	3	3	5	5	5	5	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	5	2	4	3	4	3	3	3	2	4	4	4	
23	2	3	3	3	3	3	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	5	2	3	3	4	3	3	4	1	3	2	3	2	2	4	2	2	4	3	
23	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	2	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
23	4	5	4	3	2	3	4	2	2	4	3	3	4	1	3	3	5	3	5	4	3	4	4	5	2	3	3	4	2	2	5	2	2	5	3	
23	5	4	4	3	2	3	4	2	3	4	3	5	3	3	2	5	5	2	2	3	4	3	4	5	1	3	3	3	2	3	4	2	1	4	4	
23	6	3	4	4	2	1	3	3	1	4	3	2	1	4	3	3	4	2	5	1	4	4	3	5	1	1	3	4	1	5	5	2	3	4	1	
23	7	5	5	5	3	3	5	3	4	3	5	4	3	4	4	4	3	5	5	4	4	4	5	5	3	3	3	4	1	1	5	3	5	5	5	
23	8	4	5	5	2	4	5	4	3	3	4	4	5	2	3	4	4	2	1	4	5	4	5	4	2	3	2	5	2	2	5	4	5	5	5	
23	9	4	3	4	2	3	5	3	4	5	3	5	2	3	2	4	1	5	2	3	3	4	4	2	2	3	1	1	1	2	4	2	2	4	3	
24	0	5	4	4	3	4	5	3	3	5	4	5	5	2	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	2	4	1	3	2	2	3	3	2	4	3	
24	1	4	4	4	3	3	5	3	3	4	4	5	5	1	2	3	4	3	4	2	4	4	4	4	1	4	3	4	3	2	4	3	2	4	3	
24	2	4	4	4	2	4	5	4	3	4	4	5	5	3	5	4	3	3	4	3	5	5	4	5	1	3	4	4	2	4	4	3	3	5	5	
24	3	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	3	4	3	4	4	2	3	4	3	
24	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	2	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	2	3	4	4	2	3	4	3	4	4	3	
24	5	4	3	4	2	2	4	3	3	4	3	5	4	3	2	4	2	4	5	1	3	5	2	5	1	2	2	4	2	3	5	2	2	5	4	
24	6	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	2	3	2	4	2	3	4	2	3	4	2	3
24	7	4	4	3	3	3	4	3	3	4	2	5	3	3	3	4	5	3	5	4	5	5	3	5	2	4	4	4	2	4	5	1	4	5	3	
24	8	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	1	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3	2	2	4	1	3	4	4	
24	9	4	4	4	2	5	4	3	3	5	3	5	3	3	4	4	4	2	5	3	4	4	3	4	1	4	2	4	2	3	4	2	2	5	4	
25	0	5	4	3	3	3	4	2	3	4	3	4	5	2	2	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	3	3	2	4	2	3	3	1	4	5	3
25	1	3	3	4	2	5	4	4	1	5	5	3	4	3	5	4	4	3	5	4	4	5	4	3	2	2	3	4	1	1	5	1	2	4	3	

25	2	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	1	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3	2	2	4	1	3	4	4
25	3	4	4	4	3	4	5	3	2	4	4	4	3	5	4	4	4	3	3	4	5	3	4	3	3	2	5	4	5	4	3	4	5	3	
25	4	4	4	4	2	3	4	2	3	4	3	4	5	3	3	3	4	2	4	3	4	5	3	3	1	3	3	3	1	2	4	2	3	3	3
25	5	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	2	2	3	4	3	4	2	3	3	5	4	5	3	3	2	4	2	4	4	3	4	4	4
25	6	4	4	3	3	4	4	2	2	4	2	5	5	1	3	3	4	3	3	4	5	5	3	5	2	4	3	5	2	4	5	1	3	4	4
25	7	5	4	4	4	4	5	3	3	4	5	5	5	4	4	3	3	4	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5
25	8	5	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2	5	2	2	4	4	3	2	3	4	4	3	3	2	4	2	3	3	4	4	3	4	4	3
25	9	5	4	4	3	4	4	3	3	3	4	5	5	2	4	1	5	4	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	3	2	4	2	3	4	5
26	0	4	4	3	3	4	5	2	3	3	4	3	4	2	4	4	5	3	5	3	3	4	4	4	1	3	3	3	3	3	5	2	3	4	4
26	1	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	3	5	4	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	3	5	4	2	3	4	4
26	2	4	5	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	3	5	4	2	3	4	4
26	3	4	4	4	3	4	5	3	4	4	2	3	5	4	3	4	4	2	5	2	4	4	4	5	1	3	2	3	2	2	4	2	3	4	4
26	4	4	5	3	2	4	3	2	2	4	2	5	5	1	2	3	3	4	2	2	2	5	3	3	1	2	2	5	2	1	5	1	2	5	5
26	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	5	3	4	3	4	5	5	2	2	2	2	4	1	2	1	1	1	5	4	3	3	5	4
26	6	3	4	4	2	2	4	2	3	3	3	3	3	2	3	2	5	2	4	3	3	3	3	4	1	2	3	3	3	2	4	3	3	5	2
26	7	4	4	2	2	3	4	3	3	4	3	5	3	2	2	4	5	3	5	3	4	4	4	4	1	2	3	3	1	2	4	1	2	4	2
26	8	5	3	5	3	2	4	2	3	3	2	3	4	2	3	5	5	2	5	3	5	5	4	5	1	3	4	4	1	5	5	1	2	3	4
26	9	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	5	5	3	3	3	5	3	5	4	3	5	4	5	3	3	3	3	2	4	3	2	2	2	4
27	0	4	4	2	3	4	5	3	4	3	5	5	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	3	3	4	3	5	5	3	4	5	4	
27	1	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	2	4	5	5	5	3	4	4	3	3	3	2	3	3	2	4	5	3
27	2	5	4	1	4	1	4	3	3	5	3	5	5	2	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	1	5	5	3	5	5	5

273	5	4	4	2	2	4	3	3	4	3	3	5	2	2	3	4	2	4	3	4	4	3	4	2	2	3	4	2	2	4	2	3	4	4	
274	4	4	4	4	5	3	3	2	3	3	3	3	1	2	2	2	4	2	3	3	3	4	3	2	4	2	2	2	1	5	5	3	4	5	
275	4	4	3	3	5	5	4	5	4	3	5	5	2	3	5	4	4	5	2	4	4	4	4	2	4	3	4	4	5	3	2	3	4	4	
276	5	4	4	3	5	4	3	3	3	4	3	5	3	3	4	3	3	5	3	3	5	4	5	3	3	1	1	1	1	1	1	3	3	3	
277	4	3	4	2	5	5	3	3	4	3	5	3	1	2	3	3	4	4	4	4	5	3	5	1	3	3	4	2	2	4	2	4	4	3	
278	4	4	4	2	4	5	3	3	4	4	5	5	1	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	1	2	1	5	2	4	4	3	3	4	3	
279	4	4	4	3	4	5	3	3	4	4	5	5	3	3	3	4	3	5	5	5	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
280	4	5	5	3	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	2	2	3	4	2	4	3	3	4	5	3	
281	4	3	3	3	4	5	2	3	4	3	5	4	2	4	4	3	4	5	2	4	4	4	5	2	4	3	5	2	3	4	2	2	4	3	
282	5	4	4	3	5	4	3	4	4	5	5	5	2	3	4	3	4	5	5	4	4	4	5	3	4	1	4	3	3	4	3	3	4	4	
283	4	4	3	2	3	3	2	3	4	4	5	5	1	4	5	4	3	5	2	4	5	3	4	1	3	2	4	2	4	2	3	1	5	4	
284	4	4	4	2	3	4	3	1	2	2	5	4	3	4	5	5	2	5	2	5	3	4	3	2	4	4	4	3	2	4	2	3	3	3	
285	4	4	4	2	2	4	2	3	4	3	1	2	1	4	2	4	2	3	2	2	4	2	4	1	1	4	4	2	1	4	3	3	3	4	
286	4	3	4	3	4	3	3	3	5	5	5	5	4	3	3	4	4	2	4	4	4	3	3	3	3	2	3	2	4	2	1	2	2	4	
287	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	3	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	5	4	4	5	5	3	3	5	5	
288	4	3	4	2	5	5	3	2	4	3	5	5	2	5	3	5	4	3	4	4	5	2	5	2	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	
289	4	4	4	2	3	4	3	3	3	2	5	5	1	3	4	3	3	5	3	4	3	2	4	3	2	1	4	3	1	3	2	3	3	3	
290	4	5	5	3	2	3	3	2	4	2	1	2	4	1	3	5	1	4	4	4	4	1	4	1	1	3	3	3	4	2	4	4	3	2	
291	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	3	2	4	1	3	4	4	
292	4	3	4	3	5	4	4	3	5	5	5	5	1	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	1	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5
293	4	4	4	2	4	4	3	3	3	5	3	5	2	3	3	3	4	4	4	3	5	4	4	1	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	

29	4	4	5	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	5	3	4	5	3	5	2	3	3	4	3	2	5	1	3	4	2	
29	4	5	4	2	4	4	3	3	3	4	4	5	1	4	5	5	2	3	4	4	5	4	5	3	4	3	5	4	4	4	2	4	5	3	
29	4	3	3	3	4	5	3	2	4	3	5	5	2	3	3	2	5	4	4	5	4	3	4	2	4	3	4	3	3	4	1	3	5	4	
29	4	4	4	2	3	4	3	3	4	3	5	5	3	4	1	3	4	5	2	4	3	3	5	3	2	3	4	2	5	5	2	2	5	4	
29	4	4	4	3	5	5	3	5	3	3	5	5	2	3	2	3	3	5	5	5	4	3	5	2	4	1	3	1	1	5	1	2	5	5	
29	4	4	4	3	4	5	3	4	4	2	5	3	2	3	4	3	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	
30	4	3	3	3	2	4	3	2	4	3	4	4	1	3	3	3	2	2	3	4	4	3	4	1	2	3	3	2	3	3	3	4	5	2	
30	4	4	5	3	2	5	5	4	4	4	5	5	2	3	3	4	4	5	3	4	4	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
30	4	4	2	2	3	4	3	3	2	3	2	2	1	3	2	4	2	3	2	3	5	5	5	1	1	3	4	3	1	5	1	1	4	4	
30	4	4	3	3	4	4	2	4	3	5	5	5	2	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	3	4	5	3	5	5	3	
30	5	3	4	2	4	4	3	3	4	3	4	5	2	3	4	4	3	5	5	4	4	3	5	3	4	3	4	3	5	5	2	3	5	3	
30	4	4	3	2	4	4	3	3	4	3	4	5	2	4	4	4	3	5	3	4	4	3	4	1	1	1	4	4	2	4	2	3	5	3	
30	4	4	4	3	3	4	2	2	4	3	5	5	4	3	3	3	3	3	2	3	5	3	4	2	3	2	4	2	2	3	2	3	4	4	
30	5	5	2	2	4	4	4	2	4	3	3	4	1	3	2	4	3	3	2	4	3	3	4	1	1	4	4	2	2	4	1	3	4	3	
30	5	5	5	1	3	5	5	2	5	5	5	5	5	2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	3	4	5	3	5	5	3	
30	5	4	3	3	3	4	3	3	4	4	5	5	2	4	3	4	3	3	4	4	5	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	
31	4	4	4	3	4	5	3	4	3	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4	5	5	4	5	3	4	4	4	2	5	5	1	4	5	5	
31	4	5	5	2	2	4	3	2	4	3	5	4	3	4	4	3	2	4	2	2	5	4	4	2	4	3	3	1	1	5	2	2	1	5	
31	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	4	5	3	5	5	5
31	3	5	4	2	3	5	3	4	2	3	4	4	2	3	3	3	5	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	1	1	3	4	
31	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	5	5	3	1	2	4	4	3	5	4	5	5	5	5	3	4	1	5	4	3	5	2	2	5	4

31	5	3	4	5	2	1	3	2	1	4	2	5	3	1	4	3	4	3	1	3	4	3	4	3	1	2	2	5	3	2	5	5	3	4	5
31	6	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	3	3	4	4	4	4	3
31	7	5	4	5	2	3	5	3	2	3	3	5	5	1	3	4	4	3	3	4	5	5	3	5	3	4	3	4	2	3	5	3	3	4	4
31	8	4	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	3	5	3	5	3	3	1	1	5	1	4	5	5
31	9	4	3	3	2	4	5	3	2	4	2	2	4	2	4	2	5	3	5	2	3	5	4	5	1	2	2	5	3	3	5	2	3	5	5
32	0	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	1	3	3	2	4	1	5	3	4	2	5	3	3	3	5	5	5	5	5	3	5	2
32	1	4	4	3	4	5	5	3	3	4	5	5	4	2	5	5	5	3	5	4	4	4	5	5	1	5	3	3	3	3	3	4	4	3	3
32	2	4	4	1	3	2	4	3	2	3	5	3	2	1	3	3	5	1	5	2	2	4	3	3	1	1	3	4	2	1	4	2	3	4	3
32	3	4	4	2	3	2	3	3	2	4	3	3	5	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	4	2	3	3	2
32	4	5	4	4	3	2	5	3	3	5	5	5	5	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	5	2	4	3	4	3	3	3	2	4	4	4
32	5	3	3	3	3	3	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	5	2	3	3	4	3	3	4	1	3	2	3	2	2	4	2	2	4	3
32	6	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4
32	7	5	4	3	2	3	4	2	2	4	3	3	4	1	3	3	5	3	5	4	3	4	4	5	2	3	3	4	2	2	5	2	2	5	3
32	8	4	4	3	2	3	4	2	3	4	3	5	3	3	2	5	5	2	2	3	4	3	4	5	1	3	3	3	2	3	4	2	1	4	4
32	9	3	4	4	2	1	3	3	1	4	3	2	1	4	3	3	4	2	5	1	4	4	3	5	1	1	3	4	1	5	5	2	3	4	1
33	0	5	5	5	3	3	5	3	4	3	5	4	3	4	4	4	3	5	5	4	4	4	5	5	3	3	3	4	1	1	5	3	5	5	5
33	1	4	5	5	2	4	5	4	3	3	4	4	5	2	3	4	4	2	1	4	5	4	5	4	2	3	2	5	2	2	5	4	5	5	5
33	2	4	3	4	2	3	5	3	4	5	3	5	2	3	2	4	1	5	2	3	3	4	4	2	2	3	1	1	1	2	4	2	2	4	3
33	3	5	4	4	3	4	5	3	3	5	4	5	5	2	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	2	4	1	3	2	2	3	3	2	4	3
33	4	4	4	4	3	3	5	3	3	4	4	5	5	1	2	3	4	3	4	2	4	4	4	4	1	4	3	4	3	2	4	3	2	4	3
33	5	4	4	4	2	4	5	4	3	4	4	5	5	3	5	4	3	3	4	3	5	5	4	5	1	3	4	4	2	4	4	3	3	5	5

336	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	3	4	3	4	4	2	3	4	3	
337	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	2	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	2	3	4	4	2	3	4	3	4	4	3
338	4	3	4	2	2	4	3	3	4	3	5	4	3	2	4	2	4	5	1	3	5	2	5	1	2	2	4	2	3	5	2	2	5	4
339	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	2	3	2	4	2	3	4	2	3	4	3
340	4	4	3	3	3	4	3	3	4	2	5	3	3	3	4	5	3	5	4	5	5	3	5	2	4	4	4	2	4	5	1	4	5	3
341	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	1	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3	2	2	4	1	3	4	4
342	4	4	4	2	5	4	3	3	5	3	5	3	3	4	4	4	2	5	3	4	4	3	4	1	4	2	4	2	3	4	2	2	5	4
343	5	4	3	3	3	4	2	3	4	3	4	5	2	2	4	4	4	4	4	5	5	3	4	3	3	2	4	2	3	3	1	4	5	3
344	3	3	4	2	5	4	4	1	5	5	3	4	3	5	4	4	3	5	4	4	5	4	3	2	2	3	4	1	1	5	1	2	4	3
345	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	1	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3	2	2	4	1	3	4	4
346	4	4	4	3	4	5	3	2	4	4	4	3	5	4	4	4	3	3	4	5	3	4	3	3	2	5	4	5	4	3	4	5	3	
347	4	4	4	2	3	4	2	3	4	3	4	5	3	3	3	4	2	4	3	4	5	3	3	1	3	3	3	1	2	4	2	3	3	3
348	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	2	2	3	4	3	4	2	3	3	5	4	5	3	3	2	4	2	4	4	3	4	4	4
349	4	4	3	3	4	4	2	2	4	2	5	5	1	3	3	4	3	3	4	5	5	3	5	2	4	3	5	2	4	5	1	3	4	4
350	5	4	4	4	4	5	3	3	4	5	5	5	4	4	3	3	4	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5
351	5	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2	5	2	2	4	4	3	2	3	4	4	3	3	2	4	2	3	3	4	4	3	4	4	3
352	5	4	4	3	4	4	3	3	3	4	5	5	2	4	1	5	4	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	3	2	4	2	3	4	5