



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN
SOCIAL

TEMA

PROGRAMAS RADIALES Y EL FORTALECIMIENTO DE VALORES
EN LOS HABITANTES DEL SECTOR 3 DE NOVIEMBRE DE LA
PARROQUIA RURAL SAN CARLOS- QUEVEDO.

AUTORA:

ELINA ELIZABETH TORRES MANRIQUE

TUTORA

LC.DA. PATRICIA YAJAIRA JADAN MSC

QUEVEDO- LOS RÍOS – ECUADOR

2020



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



RESUMEN

A nivel internacional la radio se ha considerado como el medio de comunicación más influyente en la sociedad debido al fácil acceso, además que varios expertos en el tema aseguran que a pesar de la aparición de redes sociales la radio continúa en primer lugar debido a que es el medio que llega a todos los rincones del mundo. En Ecuador por años la radio se ha caracterizado por ser uno de los medios de comunicación más alegres entretenidos y ser una de las opciones favoritas para quienes desean escuchar música, programas deportivos de cualquier índole volviéndose una tradición en las familias ecuatorianas sintonizarla diariamente. La sintonía de los programas radiales es muy común en la parroquia San Carlos, aunque no existe una estación radial propia de la parroquia sintonizan las frecuencias AM y FM donde tienen a disposición de su deleite la variedad de programas radiofónicos que son transmitido a toda hora por las diferentes estaciones. Considerando que la radio es muy medio de comunicación que tiene una gran influencia en la sociedad en general consideramos por la creación de un programa radial que se fundamente los buenos valores para la sociedad en general será una contribución a una juventud que de a poco se descarrila y toma rumbos que no son muy aceptados en la sociedad

Palabras claves

- ✓ Programas radiales
- ✓ Fortalecimiento de valores
- ✓ Sociedades



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



SUMMARY

At the international level, radio has been considered as the most influential means of communication in society due to easy access, and several experts in the field say that despite the appearance of social networks, radio continues in the first place because it is the medium that reaches every corner of the world. In Ecuador, for years, radio has been characterized as one of the most entertaining media outlets and one of the favorite options for those who want to listen to music, sports programs of any kind becoming a tradition in Ecuadorian families to tune in daily. The tuning of the radio programs is very common in the San Carlos parish, although there is no radio station of the parish attuned to the AM and FM frequencies where they have available to their delight the variety of radio programs that are transmitted at all times by the different seasons. Considering that radio is a very medium of communication that has a great influence on society in general, we believe that the creation of a radio program that is based on good values for society in general will be a contribution to a youth that is gradually derailed and takes directions that are not widely accepted in society

Keywords

- Radio programs
- Strengthening of values
- Societies

Contenido

TEMA.....	i
DEDICATORIA.....	¡Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTO.....	¡Error! Marcador no definido.
AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL ...	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME FINAL.....	¡Error! Marcador no definido.
RESUMEN.....	iii
SUMMARY.....	iii
RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES	¡Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO I.- DEL PROBLEMA	3
1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.2. MARCO CONTEXTUAL.....	3
1.2.1. Contexto Internacional	3
1.2.2. Contexto Nacional.....	4
1.2.3. Contexto Local	5
1.3 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	6
1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	7
1.4.1 Problema general.....	7
1.5 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.6 JUSTIFICACIÓN.....	8
1.7 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	9
1.7.1 Objetivo general	9
1.7.2 Objetivo específico.....	9
CAPITULO II.-MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL	10
2.1 MARCO CONCEPTUAL	10
La radio.....	10
La radio en el tiempo.....	10
Los medios de comunicación radial y su importancia.....	11
La radio como proceso comunicacional	12
La nueva apuesta radial	13
La radio, un aliado de las TIC	13

Programación radiofónica.....	14
Políticas de programación radiofónica	15
Características de la radio.....	15
El lenguaje de la radio	16
La radio y la comunicación	17
Funciones de la radio.....	20
La radio y la democracia	21
La radio y el desarrollo de competencias para la convivencia social:.....	22
Medios de comunicación y transmisión de valores	23
Educar a través de los medios vs medios educativos	24
Tipos de radio.....	25
Los valores.....	27
Características de los Valores Sociales	31
Los valores y actitudes	33
Los Jóvenes y los Valores	34
Valores en la familia y su impacto en la sociedad.....	35
Sistema de valores	36
Los antivalores.....	37
Tipos de antivalores.....	37
2.2 MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA.....	39
2.2.1 Antecedentes investigativos	39
2.2. 1 categoría de análisis.....	44
2.4 HIPÓTESIS	48
2.4.1 Hipótesis general básica	48
2.4.2 Sub hipótesis o derivadas	48
2.5.2 Variable dependiente	48
CAPITULO III RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	49
3.1. Resultados obtenidos de la investigación.	49
3.5.2 Muestra	49
3.1.2 Análisis e interpretación de datos	50
3.2 CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES	63
3.3.1 Especificas.....	64
3.2.2 General.....	64
CAPÍTULO IV. PROPUESTA DE APLICACIÓN.....	65
4.1 PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS	65

4.1.1 Alternativa obtenida	65
4.2. OBJETIVOS.....	69
4.2.1 Objetivo general	69
4.2.2. Objetivos específicos.....	69
4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA.....	69
4.3.1. Título	69
4.3.2. Componentes	69
Análisis técnico.....	75
Viabilidad de la propuesta	76
Factibilidad Humana.....	77
Factibilidad Económica	77
Estructura del programa.....	79
4.4 Resultados esperados de la alternativa	92
Bibliografía.....	93
ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLA

Tabla. - 1 La radio	51
Tabla 2.-Sintonización de la radio.....	52
Tabla 3.-Influencia de los programas radiales.....	53
Tabla 4.- Trasmisión de valores	54
Tabla 5.- Programa radial	55
Tabla 6.- Practica de valores.....	56
Tabla 7.- Valores a incluir en el programa radial	57
Tabla 8.- Tecnología y valores	58
Tabla 9.- Uso de tecnología.....	59
Tabla 10.-Fortalecimiento de valores	60

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1.-La radio	51
Figura 2.- Sintonización de la radio.....	52
Figura 3.- Influencia de los programas radiales	53
Figura 4.-Trasmisión de valores	54
Figura 5.- Programa radial.....	55
Figura 6.- Practica de valores	56
Figura 7.-Valores a incluir en el programa radial.....	57
Figura 8.- Tecnología y valores	58
Figura 9.- Uso de tecnología.....	59
Figura 10.- Fortalecimiento de valores.....	60

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación social se han convertido en estos tiempos, sin duda alguna, en instrumentos de gran importancia para la formación y la educación de los individuos en la sociedad. Quiérase o no, su influencia es muy grande, como lo es también su enorme poder de fascinación. Es indudable que los conceptos de cultura y de educación tradicional (basados en libros y en el entorno del recinto escolar) han quedado totalmente desfasados. La nueva cultura gira, en torno del mundo de la comunicación y de la intercomunicación.

En prensa, radio, y fundamentalmente, en televisión, la información, opinión, mensajes e ideas que se transmiten, se eligen en el marco de un sistema de valores. Esta transmisión cultural de los valores socialmente aceptados se traslada al medio escolar en forma de un tratamiento didáctico contando con un espacio reducido para su tratamiento.

Actualmente, los avances tecnológicos han permitido que la radio llegue a más personas: la Amplitud y la Frecuencia Modulada han crecido de manera considerable en cuanto a la cantidad y variedad de sus emisoras. A la par del crecimiento del número de emisoras radiales, se incorporaron nuevos contenidos: propaganda política, noticias, música y publicidad, pero también la radio se orientó hacia el servicio de los intereses de la comunidad

Los programas enfocados a la educación nacen a partir del índice de deserción o de no asistencia al sistema escolarizado formal, debido a que las instituciones escolares se encontraban a distancias inaccesibles en algunas poblaciones. La radio, como un medio económicamente accesible para tenerse en los hogares, fue el espacio alternativo para la educación. Pero, aparte de educar, la radio también sirve como medio de orientación y de solución de problemas de toda índole.

La radio tiene una gran aceptación y por ello se debe aprovechar aportando con programas positivos en las personas la educación es un proceso cultural, es una de las fuerzas decisivas en la formación individual y colectiva que forja el destino de los pueblos,

se busca mediante ella formar la personalidad de cada ser humano, acorde a sus necesidades y capacidades, pero en función de la sociedad. (Eugenia de la A, 2015)

Capítulo I: Se encuentra representado por el planteamiento el problema contexto nacional, internacional, local, e institucional que estudia y evalúa la problemática sobre los programas radiales y fortalecimiento de valores presentando objetivos específicos y generales junto con la justificación del tema.

Capítulo II: Plantea las variables a través de los conceptos y definiciones, marco referencial antecedentes, categoría de análisis continuando con la postura de teórica de la investigación y las hipótesis

Capítulo III: Contiene la investigación aplicada bibliográfica, estadística, método deductivo e inductivo técnicas a través de las encuestas, entrevistas y observación analizando si el proyecto es factible su ejecución.

Capítulo IV: Presenta la propuesta que se aplica al proyecto de investigación dando solución a la problemática de acuerdo a la realidad determinado su factibilidad donde los moradores san carleños se sientan satisfechos a través de un programa radial.

CAPÍTULO I.- DEL PROBLEMA

1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN

Programas radiales y el fortalecimiento de valores en los habitantes del sector 3 de noviembre de la parroquia rural San Carlos- Quevedo.

1.2. MARCO CONTEXTUAL

1.2.1. Contexto Internacional

A nivel internacional la radio se ha considerado como el medio de comunicación más influyente en la sociedad debido al fácil acceso, además que varios expertos en el tema aseguran que a pesar de la aparición de redes sociales la radio continúa en primer lugar debido a que es el medio que llega a todos los rincones del mundo.

La influencia que puede generar el mensaje emitido por una emisora radial puede ser negativa o positiva dependiendo de la manera en la que se envíe el mismo. Muchas emisoras radiales en nuestra sociedad no son neutrales al momento de emitir sus comentarios en cuanto a política, religión u otros temas creando malestar e influyendo directamente en la sociedad. Desde los inicios el ser humano ha tenido la necesidad de comunicar sus ideas, a sus semejantes, debido a esto varios científicos a lo largo de los años han estudiado la manera de crear instrumentos que transmitan y lleguen a toda la población dentro de los cuales se encuentra sin lugar a dudas la radiodifusión en la información.

La radio es considerada como el cuarto poder en nuestra sociedad debido al alcance, influencia y fácil acceso que tiene la comunidad; debido a esto se cree relevante desarrollar dentro del primer capítulo un contexto histórico en el que se describa la evolución que ha tenido este medio, tomando en cuenta que la misma inició en Europa y tomó varios años hasta llegar a convertirse en uno de los medios de comunicación más utilizados por la población mundial.

Este medio de comunicación ha sido uno de los más importantes dentro de la sociedad debido a que el mensaje que se transmite llega de manera personal a los radioescuchas, además el costo de producción es relativamente bajo comparado con los medios escritos y televisivos. Al mismo tiempo este medio permite promocionar o publicitar negocios, empresas, personas, artistas, dar noticias en tiempo real, entre otros. La radio es una ventana de conexión entre el público y la realidad de una sociedad

Sin lugar a dudas la radio es el medio de comunicación con mayor influencia debido a que es utilizado por gran parte de los pobladores de una sociedad, a diferencia de medios como la televisión y medios escritos que deben ser adquiridos por una familia o un grupo de personas, mientras que la radio es un medio popular que puede ser escuchada en lugares comunes como parques, transporte público, escuelas, universidades, centros comerciales. (Crespo, 2015).

1.2.2. Contexto Nacional

En Ecuador por años la radio se ha caracterizado por ser uno de los medios de comunicación más alegres entretenidos y ser una de las opciones favoritas para quienes desean escuchar música, programas deportivos de cualquier índole volviéndose una tradición en las familias ecuatorianas sintonizarla diariamente.

Este medio de comunicación se ha convertido muy influyente en la sociedad, pues desde su aparición el hombre ha utilizado este medio para distintos objetivos de acuerdo a las circunstancias, por ser accesible y llegar a las grandes masas, desde entonces se ha convertido en una herramienta comunicativa imprescindible del ser humano.

En sus inicios la radio estuvo en manos del poder que imperaba en su momento, la lucha social ha sido continua para poder ser escuchados, que la población informe al pueblo, logrando de alguna manera la participación de la ciudadanía en estos medios, en la actualidad hay más amplitud para tratar temas de interés social, sin embargo, han proliferado radios privadas con tinte comercial, lo que si bien es cierto logran la aceptación, pero no satisface actualmente algunos de los requerimientos de la sociedad.

Por lo que dentro de este medio de comunicación no todos cumplen con los lineamientos estipulados para su efecto; dentro de ellos está: informar, educar, entretener y orientar con responsabilidad social.

En la actualidad varios de los programas radiales está perdiendo autenticidad y desviándose de su objetivo a excusa de la tecnología y la aceptación de la audiencia sin darse cuenta que la misma sociedad pide transformar en función de ella, pero sin perder su esencia ser un medio de comunicación ciego exige que los profesionales sean creativos y capaces de producir en el oyente sensaciones a través de una programación variada entretenida que aporte a la comunidad, y llegar a lugares donde otros medios de comunicación no llegan implementando programas más humanos y de apoyo a la colectividad, (Silva, 2015).

1.2.3. Contexto Local

El proyecto a desarrollarse esta dirigidos a los habitantes del sector 3 de noviembre de la parroquia rural San Carlos, cantón Quevedo, en la actualidad San Carlos es considerada la segunda parroquia más grande del cantón con un total de 10.028 habitantes de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), su principal actividad es el agro-comercio de la zona, su desarrollo y evolución ha mostrado cambios significativos en el ámbito económico y cultural de la parroquia donde sus habitantes muestran un gran interés por la tecnología al estar en constante comunicación lo que ha influido en que algunas personas muestren cierto comportamiento no acorde a las normas de la sociedad.

Es necesario resaltar que en el sector 3 de noviembre se localizan una de las primeras Instituciones Educativas el Colegio San Carlos en el cual se observa un gran número de estudiantes que pasan largas horas conectados a los diferentes equipos tecnológicos escuchando u observando las variedades de información que les provee estos medios de información.

La pérdida de valores se puede palpar y observar en la sociedad en general, pero sobre todo en los jóvenes en quienes los valores como el respeto, la tolerancia, la amistad la toman como una burla, mucho también se debe a la influencia que tienen los medios digitales como

las redes sociales en donde los jóvenes se dejan influir en sus comportamientos e identidad cultural al no existir un control y orientación sobre lo que observan o escuchan.

1.2.4. Contexto Institucional

La sintonía de los programas radiales es muy común en la parroquia San Carlos, aunque no existe una estación radial propia de la parroquia sintonizan las frecuencias AM y FM donde tienen a disposición de su deleite la variedad de programas radiofónicos que son transmitido a toda hora por las diferentes estaciones siendo las preferidas las del cantón Quevedo por su claridad y afinidad con la que llegan su transmisión.

Entre las estaciones radiales del cantón Quevedo encontramos las siguiente: Biogenesis S.A., Viva Fm, Radio La Voz del Trópico, Stereo Rey 96.7, Flumiradio .A, las cuales se encuentran legalmente registrada en listado de la Cordicom, cada una de ellas ofreciendo información variada entretenida donde los temas musicales son los protagonistas algunas han cambiado su estilo y apuestan por programas más juveniles que causan polémica y dejan a un lado los programas que se fundamenta en los buenos valores los cuales son un aporte para la sociedad.

Considerando que la radio es muy medio de comunicación que tiene una gran influencia en la sociedad en general consideramos por la creación de un programa radial que se fundamente los buenos valores para la sociedad en general será una contribución a una juventud que de a poco se descarrila y toma rumbos que no son muy aceptados en la sociedad.

1.3 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

La importancia que han tenido los valores éticos y morales desde la antigüedad y el impacto que tienen en la sociedad son de gran importancia, además que es digno de destacar que la falta de valores humanos puede ser una causa de la degradación social, que se ha vivido en nuestro país desde el inicio de nuestra vida republicana, donde el Ecuador ha sido evaluado con altos índices de corrupción, en la escala mundial, siendo el quinto país más corrupto de Sudamérica

El proyecto se enfoca en los moradores del sector 3 de noviembre de la parroquia San Carlos, debido al gran afluente de personas que moran en este sector, a los cuales se les puede observar que les atrae estar informados utilizando los diferentes medios de comunicación como la radio, la televisión, el periódico y el favorito de todos el internet, todos estos cambios de la era moderna el libre acceso a la web, ha influido para que muchas personas sean absorbidas de manera preocupante en su, pérdida de valores, conducta social, perdida de la identidad cultural, rendimiento académico debido al poco control que existe empezando en el hogar.

Si bien es cierto que la nueva era informática ha traído cambios sustanciales en la comunicación permitiendo que esta sea transmitida en cuestión de segundos, los medios tradicionales como la televisión y la radio siguen siendo líderes a la hora de escuchar algún tipo de programa de cualquier índole. En los hogares ecuatorianos la radio es uno de los medios de comunicación más tradicionales el cual es conservado para ser sintonizado diariamente.

Dada la popularidad de la radio, su fácil acceso y alcance, es factible que se apoyen mediante la sintonía a los programas radiales y fortalecimiento de valores, con el objetivo de que las personas aprendan, el sinnúmero de peligros, retos a los que se pueden enfrentar y logros que pueden desarrollar si tienen una disciplina constante enmarcada dentro de los parámetros aceptables de la sociedad.

1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.4.1 Problema general

- ¿Cómo determinar el impacto que tienen los programas radiales en el fortalecimiento de valores en los habitantes del sector 3 de noviembre de la parroquia rural San Carlos-Quevedo?

1.4.2 Sub problemas o derivados

- ¿Cuáles son las causas de la pérdida de valores de los habitantes del sector 3 de noviembre de la parroquia San Carlos?

- ¿Qué consecuencias tiene la pérdida de valores de los habitantes del sector 3 de noviembre parroquia San Carlos?
- ¿De qué manera desarrollar una guía estratégica para la producción de un programa radial de fortalecimiento de valores dirigidos a la comunidad sancarleña?

1.5 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Área: Comunicación social

Campo: Programas radiales

Línea de investigación de la universidad: Educación y desarrollo

Línea de investigación de la Facultad: Talento humano educación y docencia

Línea de investigación de la carrera: Comunicación social y desarrollo

Sub-Línea de investigación: Importancia de la redacción periodística de los medios impresos y su incidencia en el desarrollo profesional

Delimitador temporal: El presente proyecto pretende efectuarse en el presente año en curso

Delimitador demográfico: El principal objetivo de la investigación en curso es conocer como los programas radiales fortalecen los valores a través del contenido de su programación.

1.6 JUSTIFICACIÓN

Los valores humanos son una de las categorías de mayor importancia para las personas, desde todos los tiempos, sin embargo, cada vez se están perdiendo los valores de identidad cultural. En efecto, la política del Estado en el ámbito de la educación es inculcar

y formar a los niños, niñas, adolescentes y jóvenes en valores, como medio para procurar un mayor desarrollo social y económico a nivel nacional

Además, la prensa tiene una misión cultural, la cual no la ha cumplido porque la mayoría de emisoras radiales han priorizado el rating, descuidando la difusión de los valores éticos y morales, que han sido reemplazados por los programas que utilizan el doble sentido y los chistes sexistas como una forma de ganar adeptos y mantenerse en el aire por largo tiempo.

En estas afirmaciones se sustenta la importancia de crear un programa radial que fomente los valores éticos y morales en la población de la localidad, quienes podrán escuchar cómo tratar ciertos temas familiares, a su vez la juventud en general recibirá una orientación fundamentada en los buenos valores que les permita un mejor desenvolvimiento en cualquier factor que les inquiete.

1.7 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1 Objetivo general

- Determinar el impacto que tienen los programas radiales en el fortalecimiento de valores en los habitantes del sector 3 de noviembre de la parroquia rural San Carlos-Quevedo.

1.7.2 Objetivo específico

- Identificar las causas de la pérdida de valores de los habitantes del sector 3 de noviembre de la parroquia rural San Carlos.
- Indicar las consecuencias de la pérdida de valores de los habitantes del sector 3 de noviembre parroquia San Carlos
- Desarrollar una guía estratégica para la producción de un programa radial de fortalecimiento de valores dirigidos a la comunidad sancarleña.

CAPITULO II.-MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL

2.1 MARCO CONCEPTUAL

La radio

La radio es el medio de comunicación y expresión plural público colectivo o de masas más importante en situaciones de emergencia. En caso de catástrofes, como terremotos inundaciones, en situaciones tan dispares como guerra o un apagón generalizado a una ciudad, la radio sirve para informar la situación, y mantener la alerta y difundir normas e instrucciones necesarias para la población. A, aunque solo fuera por este motivo, valdría la pena tomar en consideración a la radio.

Se ha dicho de la radio que utiliza elementos expresivos ya existentes en otros medios y que sus contenidos no revisten especificidad: que la noticia, por ejemplo, puede ser escrita o hablada, pero que deja de ser información lineal o periodística: que el concierto radiado no es más que la multiplicación de la audiencia potencial de una orquesta merced a la radiofonía; que el radiograma es fruto de la adaptación de un género propio de la literatura. Se concede, en suma, a la radio la consideración de medios de expresión vicarios.

Esta calificación es injusta. La radio no es ni más ni menos vicaria que cualquier otro sistema colectivo de comunicación y expresión. Todos y cada uno de ellos toman de los anteriores contenidos y fórmulas expresivas los transforman o enriquecen y originan a la vez técnicas, códigos y fórmulas y géneros nuevos y distintos, (Benard, 2017)..

La radio en el tiempo

La radio ha acompañado desde sus inicios, en la primera mitad del siglo pasado, los sucesos políticos e históricos del país. Además, ha contribuido de manera significativa a moldear los referentes culturales, los imaginarios y las representaciones sociales de la vida colectiva reciente. La radio comercial, la pública y más recientemente la comunitaria, han relatado e interpretado para el país noticias, reportajes, opiniones y entrevistas, que visibilizan unos ejes temáticos y excluyen otros de la agenda pública nacional.

Por otra parte, radionovelas nacionales y extranjeras de otras épocas, géneros musicales ampliamente difundidos, radio revistas con notas de farándula, han reforzado muchas veces valores y normas hegemónicas; en otras, han introducido en el escenario público mediático nuevas perspectivas y valores, nuevas sensibilidades sociales y culturales que reflejan las experiencias de algunos sectores, haciéndolos visibles y mostrando cambios y tendencias sociales que hay que reconocer y enfrentar.

Los aspectos más comunes y diferenciales de la programación radiofónica y en la manera de programar los contenidos, se hacen desde diferentes perspectivas haciendo un paralelo comparativo de la producción en el que muestran convergencias en las parrillas de programación.

Estos medios deben aportar a la creación de una agenda pública que maneje con profundidad los temas de interés colectivo, explorando cada vez más aquellos que van adquiriendo pertinencia para la convivencia, la defensa de derechos humanos, generales y particulares, orientados por principios de justicia y equidad. De esta forma deben contribuir a la formación de los ciudadanos como actores políticos informados, que enriquezcan los debates públicos con su participación

Si se concibe la comunicación como parte de la dinámica de construcción cultural contemporánea, las Emisoras de Interés Público como representantes del Estado tienen la responsabilidad de contribuir al enriquecimiento y ampliación de dicha cultura, pero más concreta y especialmente a fortalecer la cultura política democrática que refuerce el respeto por lo público y los derechos ciudadanos. Esta responsabilidad se debe expresar en el aporte de su quehacer cotidiano a la construcción de una ciudadanía participativa y democrática, (Díaz, 2018).

Los medios de comunicación radial y su importancia

Son importantes porque permiten un alcance muchos más significativos que otros medios de comunicación además de que la comunicación es la acción o proceso mediante el cual existe un intercambio de información de cualquier tipo entre dos o más individuos. Cabe decir también, que este proceso es dinámico, transaccional, que afecta tanto al emisor

del mensaje, como a quien o quienes lo escuchan y reciben. Se puede agregar a esta definición, además, que la comunicación es una clave simbólica de abstracciones personales.

La principal problemática es que la comunicación a través de la radio es una herramienta que puede utilizarse para buenos o malos fines, pero en uno u otro sentido su poder es grande. Por ello, aunque la comunicación cumple otras funciones, se expondrá una revisión más detallada de aquellas técnicas y de los elementos básicos de persuasión, así como su influencia social. Dentro de la comunicación existen dos categorías las cuales sobresalen ampliamente, estas son la que es comunicación por naturaleza, es decir la que tiene un fin únicamente destinado a informar a una tercera persona una determinada cuestión, asunto u opinión; y la que desarrolla otras funciones, o sea, convencer a alguno de que una cosa es mejor o más conveniente que otra, que trata de convencer o cambiar actitudes o pensamientos de tal o cual persona, (Morales, 2015).

La radio como proceso comunicacional

La radio es apenas el medio a través del cual se puede canalizar la intencionalidad que subyace en todo el proceso: fortalecer la democracia local desde una concepción pluralista y participativa en el manejo de los medios de comunicación. En este orden de ideas, se ha apelado a la radio, porque incide directamente en lo social y cultural de las comunidades, porque la radio, en la medida en que genera espacios de encuentro, se convierte en un medio muy escuchado y, en consecuencia, masivo. Por sus características, la radio es un medio de convergencia, pero también de educación.

La diversidad cultural, el pluralismo de opiniones, los intereses colectivos las necesidades particulares de cada localidad y de la región. Esto generó un impacto comunicativo en los municipios donde este operó. Tal impacto, en primera instancia, se reflejó en los colectivos de producción, pero esperamos que trascienda a otras personas responsables del quehacer comunicativo de los municipios. En este proceso de comunicación, por supuesto, intervienen los movimientos sociales, las instituciones del Estado y los grupos organizados, entre otros sectores sociales que se espera influir en el mediano y largo plazos, a través de la radio, para fortalecer así la ciudadanía y la democracia local, (Valverde, 2016).

La nueva apuesta radial

Hablar y pensar desde lo local para actuar con perspectiva global ha sido una consigna que en los últimos tiempos ha cobrado gran vigencia y relevancia. Para ello, el proyecto concibe la realización radiofónica de programas que interesan a la gente que vemos cotidianamente. Sólo de esta manera puede garantizarse la articulación de la producción local con la regional y la nacional.

Los programas producidos en los ámbitos local y regional han servido para visibilizar a sectores que tradicionalmente no eran escuchados en las radios locales, pero que terminan siendo actores políticos clave en la transformación de los municipios. Para garantizar esta visibilización ha sido muy importante trabajar la producción radial desde la participación, lo cual permitió nuevos enfoques en el tratamiento.

La producción de radio local ha posibilitado otorgar espacios para que diferentes voces hablen respecto a determinados temas y expresen sus puntos de vista. También se han abierto espacios para el debate y la confrontación a partir de hechos, datos, cifras y testimonios. Es decir, las franjas de opinión locales han hecho pensar a la gente en su localidad.

Este color local de la franja de opinión del proyecto se ha manifestado en el tratamiento de los temas; las entrevistas a líderes comunitarios, funcionarios públicos y expertos; las historias debidas, y las crónicas, que han sido algunos de los recursos radiofónicos de la producción que más se utilizaron. Lo local, entonces, no es sólo un discurso, sino una apuesta política que se hace concreta en cada producción radial, (Valverde, 2016).

La radio, un aliado de las TIC

Fácil acceso a la información, inmediatez y variedad e interacción son algunas de las características que hoy proporcionan a los seres humanos la revolución digital.

Con la evolución de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, TIC, en un principio se pensó que los medios tradicionales de comunicación se verían afectados. Sin

embargo, la mayoría de estos, funcionan hoy a través de la tecnología. Un ejemplo es cómo la radio por medio de las TIC ha logrado convertirse en uno de los medios más usuales en Internet, puesto que ofrece variedad de contenidos en la que los consumidores pueden interactuar y estar conectados en tiempo real.

Para lograr lo anterior, el Ministerio con la plataforma virtual Comunicar en Entornos Digitales de la Red de Periodismo de Hoy y Radial, buscan contribuir al fortalecimiento de las parrillas de programación de las emisoras comunitarias que hoy operan. A su vez, con la formación virtual se pretende incentivar la correcta pedagogía que deben seguir las emisoras radiales en su quehacer diario como medio de comunicación.

La creación de productos comunicativos innovadores es lo que ha permitido que la Plataforma Virtual Radial sea hoy un espacio para la creación de nuevos productos radiales que contribuyan a la educación y a la pedagogía, (Elmundo, 2016).

Programación radiofónica

La programación radiofónica es proceso comunicativo que se desarrolla a escala global, invadiendo la vida social de las más variadas comunidades, es necesario no desestimar ningún abordaje teórico y ningún instrumento metodológico, superando barreras que ha dispersado, quitándole efectividad y llegada, el análisis de los procesos de comunicación mediáticos contemporáneos.

Por lo tanto, en el estudio de las programaciones radiofónicas debemos poner en juego un análisis que abarque las construcciones discursivas, sus condiciones de producción y recepción, atendiendo especialmente a las modalidades de interacción propuestas, los dispositivos de identificación y representación de los actores del proceso comunicativo, desde una perspectiva dinámica y compleja.

Este dominio se desarrolla y se sustenta desde las competencias tecnológicas, las capacidades económicas y los saberes que legitiman las prácticas discursivas. Estas conjeturas nos movilizan a interrogarnos sobre los fundamentos que sustentan los saberes que guían y legitiman el diseño de las programaciones radiofónicas, (Ramos, 2019).

Políticas de programación radiofónica

Planificación:

Programar es prever que programas se emitirán, a qué hora y de qué forma. Requieren de intuición, investigación y creatividad. "cuando la radio opta por determinado perfil, opta por unos públicos y no por otros y al mismo tiempo decide si la programación será total o especializada, si se estructurará en mosaicos, bloques o continuo

Matriz comunicativa

En la programación están registradas distintas estrategias comunicativas, diferentes niveles de concentración de capital, disímiles niveles de desarrollo tecnológico, heterogéneas visiones de la audiencia, y en general, múltiples estrategias culturales de los programadores.

Discurso radiofónico

El discurso no puede estar despegado de las condiciones materiales y estas tampoco pueden aislarse de las estrategias políticas que dan un uso social específico a los soportes tecnológicos.

Modalidad discursiva

El sistema de interrelaciones que en cada campo de la práctica comunicativa se establece entre la tecnología, las estrategias de producción (apropiación -de tecnologías y de mensajes- y el lenguaje. En todos los casos, se trata de superar las tipologías unidimensionales a cambio de otras que reconozcan varios elementos sistémicos que organizados de manera diferente puedan producir prácticas diferenciadas, (Ramos, 2019).

Características de la radio

El valor de lo **inmediato e instantáneo** es la principal virtud de la radio al no existir un medio más rápido con la posibilidad de transmitir acontecimientos desde el mismo lugar

y en el momento en el que se producen. Su función es el seguimiento y la actualización de lo que está ocurriendo, esta ha sido su principal diferencia a pesar de que en la actualidad la televisión e Internet están pisando fuerte en el terreno de lo inmediato.

La radio es **fugaz**. Los mensajes en radio nacen y mueren en el momento de la emisión

Es un medio **unidireccional y de diálogo**. Se produce por la participación de la audiencia en los programas radiofónicos. Hace de este medio un sustituto del diálogo, rompiendo la estructura del discurso y del monólogo. Además, la aparente ausencia de mediación hace que la audiencia perciba a la radio como una interlocutora real.

Es **imaginativa**. La imaginación de quien oye la radio es capaz de crear una imagen diferente en cada persona.

La radio como medio **cálido o humano** se vincula a lo emotivo y posibilita la sensación de compañía, de participación de la emisión. Crea una complicidad fundamental entre emisor y oyente, de ahí la exigencia de un lenguaje directo, cercano y sugerente, (Mega, 2017).

El lenguaje de la radio

La radio tiene su propio lenguaje gracias al cual nos hace llegar su mensaje, su programación, en definitiva, su proyecto. Este lenguaje radiofónico está basado en una serie de elementos sonoros y no sonoros que ayudan a construir la comunicación radiofónica. Esos elementos los son siguientes:

- La palabra
- La música
- El efecto sonoro
- El silencio

Este último ha sido discutido con mayor profusión que los otros tres, puesto que puede entenderse como la simple ausencia de palabra o pausa. No obstante, como

comentaremos más adelante, el silencio radiofónico tiene suficiente significación como para considerarlo una parte más del mensaje radiofónico: su sistema expresivo no sonoro.

Al igual que otros medios de comunicación, como el cine, la radio ha desarrollado, con el paso de los años, un lenguaje de comunicación propio y específico, que puede compartir algún aspecto con muchos otros, pero que, fundamentalmente, es característico de este medio. Así, quien desee ser un gran comunicador o una gran comunicadora en radio, deberá conocer perfectamente cada uno de los elementos que componen su lenguaje y las distintas yuxtaposiciones que se dan entre ellos, (Mega, 2017).

La radio y la comunicación

La radio es uno de los medios de comunicación más antiguos que existen. Lleva acompañándonos desde la nochebuena de 1906, momento en el que se realizó la primera transmisión de radio en el mundo. Este medio siempre se ha caracterizado por su capacidad de adelantarse al que ha sido históricamente su gran rival, la televisión. A diferencia de ella, la radio ha demostrado una gran capacidad de instantaneidad, ya sea por contar las cosas que ocurren justo en el momento en el que se están produciendo unos hechos y por los pocos elementos necesarios para poder realizar una transmisión, o también por la gran rigurosidad de los periodistas al contar la noticia.

Aun así, en estos últimos 20 años la radio ha ido perdiendo fuerza sobre todo entre los más jóvenes, que han visto cómo el poder de la tele, ya sea por la espectacularidad de las imágenes, la cantidad de diferentes formatos existentes o por no requerir tanta atención como la radio les ha influenciado para olvidarse de ella. Estamos en un momento en el que la radio obviamente se ha modernizado, introduciendo la posibilidad de oír los programas cuando queramos a través del podcast, pero a pesar de ello no ha terminado de convencer a los más jóvenes, que todavía prefieren ver la televisión, (Higuero, 2018).

Estructura de un programa radial

Director de prensa. - Es el responsable general de todos los programas que maneja el área de Prensa. En sus manos está el decidir la agenda informativa, el tratamiento de la información y hasta la prioridad con que será difundida una noticia. En algunos casos y

junto a una secretaria administra los recursos económicos, técnicos y logísticos destinados al área de Prensa. En suma, es la máxima autoridad.

Productor. - Es el que se responsabiliza por la calidad del sonido y el manejo adecuado de los elementos del lenguaje radial: la voz, la música, los efectos de sonido y seguramente en algunas ocasiones el silencio. Es el creativo, aquel que constantemente debe estar renovando y/o mejorando las plantillas, la música de fondo o cortina, los efectos de sonido, etc. Se le exige que tenga una amplia cultura musical ya que eso será determinante en su labor.

Conductor(es). - Es un periodista(s) que durante la emisión conduce el noticiero y está encargado de las entrevistas, algunos comentarios breves, dialoga con los reporteros, con los corresponsales en suma es la voz opinante del programa.

Comentaristas. - Son aquellos periodistas o especialistas de un tema que emiten su opinión personal. Lo hacen a través de una interpretación de un acontecimiento desde su particular punto de vista, sin que esto signifique que su opinión concuerde con la de la emisora radial.

Jefe de informaciones. - Como es de suponerse es el “mejor informado” ya que en sus manos está el producir y generar noticias, es el primero en entrar a trabajar y el último en salir. Elabora, diariamente, el cuadro de comisiones que deberán cubrir los reporteros y corresponsales nacionales e internacionales. Aquí es necesario precisar que las noticias no se programan, sino que simplemente suceden y él debe estar pendiente de lo que acontece en el país y en el mundo. El jefe de informaciones deberá tener asistentes que se encarguen de captar y procesar la información nacional e internacional, (Roman, 2016).

Jefe de redacción. - Junto a un equipo de redactores se responsabilizan de elaborar el material que saldrá al aire, es decir aquello que será leído por los locutores, conductores o comentaristas. Coordina también con los reporteros y corresponsales para ir actualizando la información que se produce diariamente.

Reporteros. - Son los periodistas que salen a la calle a cubrir las noticias de acuerdo al cuadro de comisiones entregado por el jefe de informaciones sin que esto signifique que no vayan a cubrir cualquier otro hecho noticioso que se “encuentre” en el camino. Los

reporteros “lanzan” constantemente sus despachos radiales en directo para lo cual deben tener facilidad y rapidez en la redacción y en la locución

Corresponsales nacionales. - Son los periodistas que están ubicados en distintos puntos del país para informar sobre los hechos más noticiosos. Ellos trabajan coordinadamente con el encargado de las informaciones nacionales pero que depende del Jefe de Informaciones.

Corresponsales internacionales. - Son periodistas que están fuera del país y aunque no trabajen directamente para la emisora radial siempre se deben tener sus teléfonos o correos electrónicos para ubicarlos cuando se necesite que hagan un despacho o nos proporcionen información detallada.

Coordinador. - Se encarga de elaborar la pauta o índice de las noticias que serán emitidas sobre todo el orden en que serán difundidas; prepara el guión y ordena el libreto para eso trabaja coordinadamente con los redactores, chequea si hay entrevistas grabadas, si se necesita editar algún material, ordena los cassettes que contienen informes o reportajes, cuando se está al aire trabaja junto al operador y ciñéndose a lo establecido en el guión.

Operador-editor. -El operador es el encargado de manejar los “controles técnicos de la radio”, algunos lo llaman “ingenieros de sonido”. Casi siempre los operadores, también cumplen el papel de editores, es decir “pegan” las grabaciones de acuerdo a las indicaciones hechas por el reportero o el coordinador.

Operador de scanner.- Es el que maneja el rastreador o scanner; a través de este aparato se puede “escuchar” cuando la policía o los bomberos acuden a una emergencia, es por eso que en algunos casos los periodistas llegan primeros al lugar de los hechos, sobre todo de los accidentes, los encargados de este trabajo deben conocer la terminología policial ya que a través de las frecuencias policiales sólo se habla en clave y hay que saber “descifrar lo que quieren decir”, en algunas ocasiones se llaman a las comisarías para que brinden una información más detallada. El trabajo que se realiza en este “punto” es elemental para tener las primicias policiales.

Auxiliares. - Aquí identificamos básicamente a los choferes, que dicho sea de paso no se trata de “cualquier chofer”; tiene que ser una persona con un amplio conocimiento de la ciudad y la suficiente destreza ya que se tiene que llegar rápidamente al lugar de los hechos sino la competencia “nos gana”.

Locutores. - El locutor es el personaje central y a la vez final del informativo. Aunque no sea él quien redacte las noticias será su voz la que entrará en contacto con la audiencia e identificará. A la emisora. De allí la importancia de su función. (Roman, 2016).

Funciones de la radio

La radio ha desempeñado un papel cada vez más importante entre los medios de comunicación, aunque su trayectoria haya sido frenada especialmente por la televisión, que lo ha reubicado como medio informativo.

Tiene como característica importante su relativa complejidad técnica en sus instalaciones de emisión y recepción que le permite informar los acontecimientos con rapidez. Los estudios le asignan a la radio cuatro funciones que se resumen en las siguientes:

- La función de dar noticias utilitarias y útiles.
- La función de ser un activo compañero para el buen humor.
- La función psicológica de relajar las tensiones y presiones al individuo.
- La función de ser acompañante amistoso, evitando las sensaciones de rutina y soledad

También debemos considerar que en un principio se dividió la función de cada uno de los medios de comunicación: prensa radio y televisión. Se sobreentendía que la radio procesaba mensajes de manera superficial, sobre todo los mensajes informativo-periodísticos que la televisión mostraba los hechos con imágenes en movimiento, aunque también en forma rápida debido al poco tiempo con el que se cuenta a la hora de informar y la prensa, ya sea diaria o periódica, presentaba el hecho con “lujo de detalles”, análisis, interpretación y opinión de los hechos.

Sin embargo, con el tiempo esta “división” ha cambiado gracias al avance de la tecnología en lo que a telecomunicaciones se refiere y en específico al uso del satélite que nos trajo a la red informativa más grande del mundo: INTERNET que ahora permite a cualquier medio de comunicación masiva informar casi en vivo y en directo.

La televisión por ejemplo gracias al fly away lanza su señal al satélite y tranquilamente transmite en vivo y en directo con la ventaja de tener, además, la imagen en movimiento y la prensa a través de internet pueda actualizar constantemente la información a través de su página web. Es decir, visto así el panorama la radio ya no es la “reina de la inmediatez”, gracias a la tecnología que abarata los costos la competencia con la prensa y la televisión se hace más complicada.

Si bien es cierto por ahora no se percibe mucho en un futuro no muy lejano lo percibiremos claramente, en este contexto lo que nos queda es segmentar el mercado e identificar nuevas necesidades en los receptores de allí los programas especializados y tipo consultorio que veremos más adelante. Tampoco debemos olvidar que ya se viene la radio satelital y ésta nos permitirá tener un público no sólo local, regional o nacional sino mundial, (Roman, 2016).

La radio y la democracia

Uno de los medios de comunicación que nació pensando en ser un instrumento de difusión de las ideas sin límites de espacio ha sido la radio. Las emisiones en onda corta lo prueban antes que de existieran los satélites, la inversión tanto en tecnología como en contenido hicieron de este medio una herramienta que acerca o a veces, divide bajo conceptos ideológicos diferentes la visión del ser humano en torno a si mismo y a sus ideas. La globalización que es básicamente un fenómeno signado y marcado por la comunicación y no por la economía o la visión política de los hechos que son sus consecuencias, ha despertado sin embargo con razón una crítica en torno a la calidad de los contenidos más que en el soporte técnico donde su evolución ha sido más rápida y elocuente que la otra que ha sido más lenta y compleja que lo esperado.

La digitalización de la amplitud modulada sigue esperando a pesar de los anuncios optimistas en torno a su evolución que nos vienen de Europa, pero lo que vemos entre

nosotros de una manera cruel es una creciente desconfianza ciudadana hacia la calidad del contenido que valdría la pena detenernos a pensar de una manera más profunda sin que la fascinación por la tecnología termine acabando el mismo en una nueva forma de fetichismo.

La palabra sufre hoy de una crisis que encuentra en los medios su manifestación más plena. Es cierto que vivimos tiempos de incertidumbre, pero de ahí a que autores como Wuhan concluyan que de tanto recibir noticias y hechos transmitidos por los medios conocemos menos y sabemos aún menos en torno a cómo actuar ante estas situaciones ya es un caso grave, (Benjamín, 2016).

La radio y el desarrollo de competencias para la convivencia social:

En la actualidad, el emergente clima de conductas y aptitudes negativas entre adolescentes y jóvenes y, de ellos hacia personas de cualquier sexo, edad, estrato socio-económico-cultural, crea una alarma social que reclama a las instituciones educativas y grupos familiares una mayor atención al fortalecimiento de adecuadas relaciones interpersonales. Es por ello que, resulta de especial interés indagar en los diferentes procesos referentes a la convivencia, en aras del desarrollo de competencias sociales y emociones positivas desde la escuela

Por tal razón, en América Latina y el mundo entero, se han hecho esfuerzos para consolidar políticas educativas orientadas a la formación de un ciudadano plenamente capacitado en el ámbito personal, profesional y laboral. A pesar de los avances, pareciera que no han sido suficientes, pues se ha continuado con una práctica pedagógica y didáctica respaldada en viejos paradigmas propios de la educación tradicional, en la cual predomina la desvinculación de los saberes con la adquisición de competencias para establecer relaciones interpersonales positivas. Y desde esta perspectiva, el proceso educativo tiende a desarrollarse de manera ajena a la realidad social de los estudiantes, considerando al sujeto como un ser individualista, incapaz de analizar críticamente la realidad y participar en la transformación, tanto personal como de su entorno socio cultural.

En este orden de ideas, a comienzos del siglo XXI y en los albores de una emergente era tecnológica, se hace cada vez más patente la necesidad de que la educación ofrezca respuestas mucho más contundentes a las demandas de la sociedad, tanto en lo cultural como

en lo social; Esto implica que el currículo y los programas educativos sean capaces de satisfacer la carencia de conocimientos relacionados al contexto social, usando estrategias didácticas innovadoras, en las cuáles reivindique el rol protagónico y participativo de los estudiantes, y por supuesto, con reconocimiento y aceptación de lo multiétnico, pluricultural, plurilingüe e intercultural.

La radio en tanto recurso tecnológico y comunicacional, constituye un importante medio de apoyo para brindar una educación de calidad, destinada a satisfacer necesidades educativas y culturales de la población, a través de la gestión de conocimientos e información, que contribuyan progresivamente a consolidar la formación académica y personal de los estudiantes. Por tal razón, este recurso ofrece amplias posibilidades de utilización en el aula de clases, mediante actividades de aprendizaje tales como: diseños de muestras o micros radiales, planificación de espacios educativos entre la comunidad y la escuela, entre otras, (Cobo, 2015).

Medios de comunicación y transmisión de valores

Hoy en día casi nadie pone en duda que los medios de comunicación tienen un papel fundamental en la socialización de nuestra juventud. A pesar de que, como demuestran distintos trabajos, su influencia está por detrás de los amigos, la familia y la escuela, su relevancia en la formación de la identidad y adquisición de valores de nuestra juventud no es nada desdeñable.

Los medios no sólo informan, sino que, también, participan en la adopción de modelos de comportamiento y valores de las generaciones más jóvenes. O dicho más claramente, en muchas ocasiones, los valores que transmiten los medios se contradicen con los valores que tanto las instituciones educativas como las propias familias estamos empeñados en educar; a menudo, se producen situaciones de ambigüedad que conllevan una falta clara de norte. Se puede afirmar, por tanto, que existe un acuerdo generalizado respecto al papel que los medios de comunicación ejercen en la transmisión de valores.

Los medios de comunicación no reflejan la realidad ni la construyen, sino que su intención es dar un sentido a dicha realidad. Muchos estudios realizados en otras culturas advierten acerca de la importancia de conocer y estudiar el contexto en el que se produce el

mensaje y quién lo recibe. Por ejemplo, no es lo mismo ver la televisión acompañado de una familia extensa que verla solo en tu habitación. En este sentido, es fundamental la intervención del adulto con el fin de explicitar los mensajes implícitos de los contenidos que se transmiten en los medios.

En la actualidad, aún existe una tendencia a creer que solamente la información bien estructurada y presentada en soporte escrito es educativa. Un modelo curricular abierto no puede fundamentarse exclusivamente en libros de texto y requiere de estrategias desarrolladas por el propio profesorado que aproveche las posibilidades didácticas de los medios de comunicación. Nuestro alumnado acude a los centros escolares con una gran variedad de informaciones y herramientas cognitivas que, en parte, son el resultado de su exposición a las formas de expresión audiovisuales.

En concreto, y refiriéndonos al medio televisivo, enseñar a ver la televisión es una estrategia clave para superar el divorcio entre el universo mediático y escolar. No obstante, en la última década no ha existido un compromiso real por parte de la administración para implantar la educación en medios efectiva y en el marco de un currículum educativo en la educación obligatoria. La educación en medios continúa siendo una opción voluntaria de algunos centros y algunos profesionales que ponen en marcha determinadas actividades con referentes pedagógicos diversos y la mayoría de las veces sin apoyo institucional, (Diariovasco, 2016).

Educación a través de los medios vs medios educativos

Existen muchas formas de entender la relación entre educación y medios, en este apartado hemos querido abordar algunas de ellas.

En primer lugar, vamos a analizar la incorporación de los medios al currículum escolar. Podemos apreciar que los medios de comunicación se han vuelto imprescindibles en un proceso educativo, ya que forman parte del material didáctico utilizado con frecuencia en el aula. Quizás Internet es el medio que se ha incorporado más rápidamente a la educación, pero el resto aparecen frecuentemente en propuestas curriculares.

Aunque la mayoría de innovaciones en materia educativa están relacionadas con la aplicación de las Tecnologías de la Comunicación y la Información (TIC) en el aula, los expertos en la materia afirman que esta incorporación de los medios de comunicación al currículum escolar obligatorio es puramente testimonial y cuando se toca se hace desde una perspectiva descriptiva: cómo funcionan, que ámbito tienen, registros periodísticos

Aun así, educar utilizando las nuevas tecnologías (pizarra digital, Internet, audiovisuales, prensa, etc.) es quizás más común que planear actividades que contribuyan a formar en el uso de los medios de comunicación.

Este tipo de iniciativas son las que tienen como finalidad ampliar las capacidades de análisis activo y crítico de la oferta televisiva, periodística y radiofónica. A la vez, se intenta familiarizar al alumnado con los códigos propios de los medios y enseñarle cómo se selecciona la información que aparece en los periódicos, de qué forma se nos presentan los contenidos y tratamientos de la información en función del medio, sus propósitos implícitos y explícitos, etc. En definitiva, se trata de propuestas que ayuden a los usuarios de los medios a ser críticos con ellos, a seleccionar lo que les interesa y hacer un buen uso de toda la información que tienen a su disposición.

Pero, la complejidad de esta tarea radica en el hecho que aprender a utilizar y a entender los medios debe ser una responsabilidad compartida entre padres, educadores y profesionales de la educación. Por último, nos encontramos con los medios educativos, aquellos que tienen la finalidad explícita de contribuir a la educación y formación de sus usuarios. Actualmente, no abundan, pero podemos encontrarlos en televisión, ¿radio, Internet, prensa? también encontramos propuestas de la mano de profesionales de la educación que han creado el espacio que se adapta a su perspectiva, (Educaweb, 2016).

Tipos de radio

Por la gestión del servicio

- **Directa:** Este servicio lo presta el Estado a través de entidades públicas como RTVC, Entidades Territoriales, Instituciones Educativas y la Fuerza Pública, debidamente autorizadas por la Ley o por medio de una licencia otorgada directamente por MinTIC.

- **Indirecta:** El Estado presta este servicio a través de personales naturales o jurídicas colombianas, privadas, previa concesión otorgada por MinTIC.

Por la orientación de la programación

- **Comerciales:** Aquellas cuya programación está destinada a la satisfacción de los hábitos y gustos del oyente. El servicio se presta con ánimo de lucro, sin excluir el propósito educativo, recreativo, cultural, científico e informativo que orienta el Servicio de Radiodifusión en general.

- **Interés público:** Cuya programación se enfoca a satisfacer necesidades de la comunicación del Estado con los ciudadanos y comunidades, la defensa de los derechos constitucionales, la protección del patrimonio cultural y natural de la nación, a fin de procurar el bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de la población, sin ánimo de lucro, a cargo y bajo la titularidad del Estado.

- **Comunitaria:** Cuando la programación está orientada a generar espacios de expresión, información, educación, comunicación, promoción cultural, formación, debate y concertación que conduzcan al encuentro entre las diferentes identidades sociales y expresiones culturales de la comunidad, dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana, en especial, a la promoción de la democracia, la participación y los derechos fundamentales de los colombianos que aseguren una convivencia pacífica

Por la tecnología de transmisión

- **Amplitud Modulada A.M.:** cuando la portadora principal se modula en amplitud para la emisión de la señal.

- **Frecuencia Modulada F.M.:** cuando la portadora principal se modula en frecuencia o en fase para la emisión de la señal.

La radiodifusión digital y las nuevas tecnologías se clasifican en las modalidades de transmisión digital terrestres y por satélite, (Mintic, 2016).

Los valores

Los valores son principios que nos permiten orientar nuestro comportamiento en función de realizarnos como personas. Son creencias fundamentales que nos ayudan a preferir, apreciar y elegir unas cosas en lugar de otras; o un comportamiento en lugar de otro. También son fuente de satisfacción y plenitud. Nos proporcionan una pauta para formular metas y propósitos, personales o colectivos.

Los valores se refieren a necesidades humanas y representan ideales, sueños y aspiraciones, con una importancia independiente de las circunstancias. Pero cuando ya existen demasiadas necesidades humanas con tintes vanidosos, estos valores suelen desviarse, y allí se convierten en valores inhumanos. Valores, actitudes y conductas están estrechamente relacionados. Cuando hablamos de actitud nos referimos a la disposición de actuar en cualquier momento, de acuerdo con nuestras creencias, sentimientos y valores

Pero esos valores en nuestra sociedad los utilizamos con otros sentidos cuando necesitamos de los mismos, valores que ahora, no es que se han perdido como suele decirse, es que a esos valores no se los hacen respetar como cuando en nuestra época de niñez a nosotros se nos inculcaban los mismos y los respetábamos porque allí estaban nuestros padres que nos enseñaban el valor de lo que significaban cada uno de ellos, pero con justicia. Quizás por esta razón tenemos la tendencia a relacionarlos según reglas y normas de comportamiento, pero en realidad son decisiones. Es decir, decidimos actuar de una manera y no de otra con base en lo que es importante para nosotros como valor.

¿Cuántas veces hemos fallado en no respetar esos valores? Creo que todos los seres humanos fallamos y cometemos los errores más crueles e inhumanos, perdiendo nuestros valores como conducta de una persona racional. Vale entonces tomar conductas relacionadas en actitudes sentimentales positivas.

No solamente en los seres humanos, sino que también esto pasa en lo institucional; es decir, los valores organizacionales se deben reflejar especialmente en los detalles de lo que hace diariamente la mayoría de los integrantes de la organización, en el marco del comportamiento que deben tener sus integrantes. Y dependen de la naturaleza de una

organización (su razón de ser); del propósito para el cual fue creada (sus objetivos) y de su proyección en el futuro (su visión). (Eldiario, 2016).

Importancia de los Valores en la Sociedad

Los valores son importantes ya que ayudan a la sociedad a formar pensamientos, mundos y acciones. Los valores ayudan a las personas a crecer y a desarrollarse; ayudan a crear el futuro que la gente quiere experimentar. Cuando se utilizan los valores para tomar decisiones, se hace una decisión deliberada para concentrarse en las cosas que son importantes para cada quien. Cuando los valores son compartidos, construyen cohesión interna dentro de un grupo.

Existen cuatro tipos de valores que se pueden encontrar en un ambiente organizacional. Estos incluyen: los valores individuales, los valores relacionales, los valores organizacionales y los valores sociales. Los valores individuales reflejan como se muestran los individuos y las necesidades específicas de cada quien; el interés propio. Los valores relacionales reflejan como se relaciona cada quien con otras personas en su vida.

Cuando los valores están bien implementados la sociedad puede funcionar de manera ordenada y funcional. Esto les permite a las personas tener una conciencia sobre los propósitos; pueden solucionar rápida y satisfactoriamente los problemas que se presentan. Los valores sociales hacen que los problemas individuales se conviertan en problemas colectivos que afectan a todas las personas que viven en sociedad. Se puede lograr una solución en conjunto a todas las dificultades afrontadas.

En la familia suele ser el primer ambiente donde se inculcan los valores. Los padres tienden a ser los principales formadores de sus hijos, por lo que es importante que los valores se transmitan de generación en generación la escuela también es uno de los ambientes más importantes donde se aprenden los valores que facilitan la socialización. (Robles, 2016).

Valores personales

Los valores de tipo personal son los principios clave que rigen nuestras vidas en la práctica y en la toma de decisiones. Estos valores no solo están presentes en el estilo de vida

sino también en la interpretación de la realidad ya que cada ser humano lo hace desde la perspectiva de su propia mirada. En torno a esta reflexión puedes incrementar tu nivel de autoconocimiento.

Pues es un ejercicio de introspección. A continuación, mostramos algunos ejemplos de valores personales que pueden guiar la acción de alguien: (Nicuesa, 2015)

- La sinceridad
- El respeto
- La amabilidad
- La lealtad

Valores familiares:

La historia de un ser humano adquiere un sentido más amplio por medio del contexto de crecimiento.

La familia es ese marco de referencia social. Los valores familiares son esas costumbres o leyes invisibles que unen al sistema familiar y se traspasan entre generaciones. Los valores familiares son muy importantes y también inspiran películas de cine que muestran las fortalezas o debilidades de los protagonistas de la trama vinculados por una historia común. Si cada ser humano es único, cada familia también lo es. ¿Qué ejemplos de valores familiares podemos mencionar en este apartado? (Nicuesa, 2015)

- El valor de la familia, en sí mismo, como principio que convierte este sistema en uno de los pilares importantes de la vida.
- El respeto hacia padres y abuelos es otro de los valores observables en este ámbito

Valores sociales

En relación con el punto anterior, la vida de un ser humano también atiende a sus circunstancias. Variables que están relacionadas con el entorno familiar y social de ese protagonista. Los valores sociales son esenciales para fortalecer la convivencia con los

demás por medio de lazos que parten de estos valores sociales. Los sistemas sociales pueden ser desde la pareja, al grupo de amigos, de compañeros, los habitantes de una ciudad, etcétera. Estos valores se pueden relacionar con las habilidades sociales. Los valores sociales no son estáticos e invariables, sino que pueden cambiar a lo largo del tiempo. Y este cambio también influye en la realidad familiar y personal. Algunos ejemplos de valores sociales para mejorar la convivencia en sociedad son: (Nicuesa, 2015)

- El respeto
- La tolerancia
- El amor
- La amistad

Valores profesionales

La faceta profesional es muy importante en el desarrollo de un ser humano puesto que el trabajo ocupa buena parte del tiempo vital hasta la jubilación. Los valores profesionales son una referencia constante en el ámbito laboral, cada trabajador se apoya en estos principios para tomar decisiones del día a día. Los valores profesionales son la base en la ejecución de la actividad profesional de cada uno. El currículum incluye los datos de la trayectoria profesional y formativa de un ser humano. Sin embargo, también se pueden incluir los valores, ya que también son fundamentales en relación con la marca personal del protagonista. ¿Qué valores profesionales son especialmente valorados por las empresas? (Nicuesa, 2015).

- El compromiso
- La sinceridad
- El compañerismo
- La responsabilidad
- La ética

Valores universales

Desde el punto de vista social, cada ser humano deja su propia huella a través de sus valores. La búsqueda del bien común parte de la práctica de estos conceptos universales que

incrementan la felicidad y bienestar individual y colectivos. Es decir, son valores que producen admiración y reconocimiento por su vinculación con la práctica del bien. El propio concepto de universal expresa la esencia de este tipo de valores. Son bienes que producen un efecto positivo de manera general, en las demás personas y el planeta. Lo especial de este tipo de valores es su nivel de alcance. Existen algunos valores universales muy importantes. Por ejemplo: (Nicuesa, 2015).

- La solidaridad
- El respeto a la libertad de cada ser humano

Características de los Valores Sociales

La humanidad ha adoptado criterios a partir de los cuales se establece la categoría o la jerarquía de los valores. Algunos de esos criterios son:

- **Durabilidad:** los valores se reflejan en el curso de la vida. Hay valores que perduran más en el tiempo que otros. Por ejemplo, el valor del placer es más fugaz que el de la verdad.
- **Integralidad:** cada valor es una abstracción íntegra en sí mismo, no es divisible.
- **Flexibilidad:** los valores cambian con las necesidades y experiencias de las personas.
- **Satisfacción:** los valores generan satisfacción en las personas que los practican.
- **Polaridad:** todo valor se presenta en sentido positivo y negativo; Todo valor conlleva un contravalor.
- **Jerarquía:** Hay valores que son considerados superiores (dignidad, libertad) y otros como inferiores (los relacionados con las necesidades básicas o vitales). Las jerarquías de valores no son rígidas ni predeterminadas; se van construyendo progresivamente a lo largo de la vida de cada persona.
- **Trascendencia:** Los valores trascienden el plano concreto; dan sentido y significado a la vida humana y a la sociedad.

- **Dinamismo:** Los valores se transforman con las épocas.
- **Aplicabilidad:** Los valores se aplican en las diversas situaciones de la vida; entrañan acciones prácticas que reflejan los principios valorativos de la persona.
- **Complejidad:** Los valores obedecen a causas diversas, requieren complicados juicios y decisiones, (Miravalles, 2016).

La Ética y la Moral

Su evolución posterior ha llevado a cada término a referir significados distintos, aunque relacionados. La moral se plantea como el conjunto de juicios relativos al bien y al mal, destinados a dirigir la conducta de los humanos. Es como una guía que nos orienta sobre el camino a seguir, dirige nuestras acciones en una determinada dirección.

Estos juicios han de concretarse en normas de comportamiento que, adquiridas por cada individuo, regulan sus actos, su práctica diaria. El grado de implicación por parte de cada individuo de la sociedad retroalimenta el impacto de dichas leyes sobre dicha cultura.

Así un comportamiento es moralmente aceptable cuando se ajusta satisfactoriamente a lo prescrito por un conjunto de normas o bien llamado un código moral. De esto se puede deducir el carácter fundamental de la moral: la imposición. La norma moral obliga un comportamiento al individuo, cuya desobediencia implica una desvalorización moral, y su obediencia un enriquecimiento.

La ética queda reservada para estudiar la conducta moral desde un punto de vista racional tal como se estudia en la filosofía o en la teología. Observando las pautas morales de los individuos y grupos e intentando enunciar principios generales que puedan apoyar teorías sobre la legitimidad de los diversos hábitos de comportamiento.

En definitiva, la ética es la teoría explicativa de la moral. Como no existe una moral universalmente aceptada, será la ética quien compare y explique los diferentes factores sociales o religiosos que dan lugar a distintos sistemas morales. La ética es una teoría

objetiva de la moral, mientras que ésta será un sistema subjetivo de normas, (Miravalles, 2016).

Los valores y actitudes

En términos generales, valor es la cualidad por la que un ser, una cosa o un hecho despierta mayor menor aprecio, admiración o estima. Es decir, un valor nos indica la importancia, significación o eficacia de algo. Los valores morales son principios con respecto a los cuales las personas sienten un fuerte compromiso emocional y lo emplean para juzgar lo adecuado de las conductas propias y ajenas.

Los valores no existen en abstracto, sino que se depositan en algo a lo que se le da un valor, ya sean objetos o personas. Los valores influyen en nuestra forma de pensar, en nuestros sentimientos y formas de comportarnos. Están ligados a la Historia y a la cultura en que se vive. También a cada individuo y el contexto en el que vive.

Los valores suponen un compromiso real y profundo de la persona ante sí misma y ante la sociedad en que vive. Los valores se proyectan a través de actitudes y acciones ante personas y situaciones concretas.

En nuestra cultura actual podemos identificar diversos valores comúnmente aceptados y que posibilitan la existencia de una sociedad más justa y democrática (la libertad, la equidad, la justicia, la igualdad, la solidaridad, etc.)

Un concepto importante y estrechamente ligado a los valores es el de actitud o tendencias a disposiciones adquiridas que predisponen a personas de un modo determinado un objeto, persona, suceso o situación y actúa conscientemente a ello. Uno de estos es la opinión que es la manifestación pública, por lo general verbalizada, de un sentimiento o creencia. Expresa un valor a una actitud, (Miravalles, 2016).

Educando en Valores

Cuando se habla de valores, de su adquisición, nos estamos refiriendo al aprendizaje o a la búsqueda de mecanismos que permitan un cambio de conducta. En la integración de

determinados los valores al aprendizaje de manera intencionada y consciente no solo debemos pensar en el contenido, sino en la relación que poseen con la realidad que la persona está viviendo. Debe saberse interpretar y comprender adecuadamente a través de la cultura y por lo tanto del comportamiento científico y cotidiano, en ese sentido el valor también es conocimiento, pero es algo más, es sentimiento y afectividad en el individuo.

Determinar estrategias didácticas que involucren a los sujetos del proceso en una actividad consciente, protagónica y comprometida. Intencionalizar los valores en este proceso implica determinar los sistemas de valores y sus contenidos en el diseño curricular y precisar los principios didácticos que condicionan una manera específica de planificar, ejecutar y evaluar el proceso de enseñanza-aprendizaje que influyen en el nuevo tratamiento de las relaciones de los componentes de la didáctica.

Precisar la cualidad orientadora del proceso educativo. Connotar socialmente significativo de la realidad hacia el redimensionamiento humano de todos los componentes del proceso. Integrar las particularidades de formación y desarrollo de los valores a la didáctica del proceso de formación. Enriquecer la didáctica del saber y del saber hacer con el saber ser, del contenido y del método, etc. Así como apoyarse entre ellas.

La educación en valores es un proceso sistémico, pluridimensional, intencional e integrado que garantiza la formación y el desarrollo de la personalidad consciente; se concreta a través de lo curricular y extracurricular. Debe y puede incidir en lo que se quiere ser y se quiere hacer y lo que se puede ser y se puede hacer en cada momento de la vida o al menos es más factible, lo que al final es decisión del individuo, (Miravalles, 2016).

Los Jóvenes y los Valores

La etapa de la adolescencia es un momento donde es posible reconocer en la interioridad del joven la elección y el surgimiento de valores personales que van a contribuir con la orientación de su conducta en el medio social y con la formación de su personalidad moral. Louise Kaplan⁸ considera que durante la adolescencia se termina de consolidar el ideal del yo y -si el medio lo favorece- las energías de los jóvenes transforman sus intereses narcisistas personales, en inquietudes por el bien común.

Las crisis religiosas generalmente se plantean también cuando el adolescente cuestiona su postura frente a los valores, al mundo y a la sociedad.

La manifestación de estos aspectos de la personalidad está íntimamente vinculada con los procesos de maduración de la inteligencia y con el desarrollo de la capacidad de razonamiento. Culminando esta etapa, algunos valores personales se encuentran incorporados al núcleo de la personalidad del sujeto y funcionan como orientaciones para la acción.

Para Ana M. Tavella⁹ “las valoraciones que los jóvenes hacen de la vida, la persona, la solidaridad, la educación, la verdad, el conocimiento, la cultura, el lenguaje, el trabajo, la profesión, muestran su orientación moderna o posmoderna”. Ella estima que “averiguar sobre los valores sociales vigentes es trabajar sociológicamente sobre lo que la gente pretende y espera de su propio destino... es estudiar las expectativas de vida de la sociedad, (Carena, Grasso, & Pisano, 2017).

Valores en la familia y su impacto en la sociedad

Mucho se ha mencionado que dentro del núcleo familiar las costumbres son cambiantes y se adaptan conforme al pasar de tiempo, las costumbres que tiene una familia de hoy en día no son las mismas a las que tenía una familia de hace dos generaciones atrás, además de que los roles que cumple cada integrante de la familia también se han tenido ciertas modificaciones.

La Familia es la base de la sociedad, solamente en la familia las personas pueden ser debidamente criadas, educadas y recibir la formación de su carácter que les hará buenos hombres y buenos ciudadanos. La familia es la base de la sociedad y en ella se pretende formar hombres y mujeres de bien con principios y valores.

Las personas por naturaleza siempre a través del desarrollo humano han buscado el bienestar, comenzando dicho objetivo desde el mismo momento de la concepción y después reforzado sistemáticamente dentro del seno familiar, siempre y cuando éste sea sano.

Como consecuencia de la agitación y el fanatismo político en los años recientes ha ocurrido mucha violencia en el seno familiar. Padres e hijos como enemigos; hermanos que no se hablan; familias enteras, que tradicionalmente eran muy unidas, hoy día están radicalizadas y colocadas en extremos opuestos de esta gran batalla.

La familia es el fundamento de toda sociedad bien construida, indispensable para el logro del bien común y además aparece como la unión más natural y necesaria a la comunidad; siendo además anterior a cualquier otra institución; es primera en el orden de la naturaleza, en relación con las demás agrupaciones en las que el hombre y la mujer se pueden encontrar, (Cruz, Blanco, & Grimaldo, 2018).

Sistema de valores

Para obtener mayor precisión, se sabe que existen valores individuales, y valores que funcionan en conjunto (uno en relación con otros). En cualquier caso, todo esto forma tu “sistema de valores”. Una forma sencilla de clasificar los valores resulta de categorizarlos según creas conveniente. Así, habrá valores morales, éticos, sociales, empresariales/de negocios, familiares, culturales, religiosos, espirituales, íntimos.

Una vez que los identificas podrás observar más claramente tu “mapa de valores” personal, y ver cómo se interrelacionan. Como son un sistema integrado, generalmente se acompañan entre sí. La elección de los valores es algo íntimo, profundo e indelegable. Por lo que los valores de una persona no son transferibles a otra, y es posible que, como vivimos experiencias diferentes, el sentido de los valores cambie incluso desde el punto de vista de la percepción de cada uno.

Los valores no son dogmáticos; son una guía hacia tu mejor versión y la proyección de tu integridad como ser humano en tu paso por el mundo. Si vives en ellos congruentemente, podrás comprobar cómo te ayudan a estar con mayor equilibrio, profundidad y libertad de acción. Los valores te ayudan a saber si estás en el camino apropiado para ti, puesto que se traducen muy rápidamente en respuestas concretas en el mundo, (Colombo, 2018).

Los antivalores

Así como hay una escala de valores morales también la hay de valores inmorales o antivalores. La deshonestidad, la injusticia, la intransigencia, la intolerancia, la traición, el egoísmo, la irresponsabilidad, la indiferencia, son ejemplos de esto antivalores que rigen la conducta de las personas inmorales.

Una persona inmoral es aquella que se coloca frente a la tabla de los valores en actitud negativa, para rechazarlos o violarlos. Es lo que llamamos una “persona sin escrúpulos”, fría, calculadora, insensible al entorno social.

El camino de los antivalores es a todas luces equivocado porque no solo nos deshumaniza y nos degrada, sino que nos hace merecedores del desprecio, la desconfianza y el rechazo por parte de nuestros semejantes, cuando no del castigo por parte de la sociedad

Tipos de antivalores

La esclavitud. Es una institución jurídica que conlleva a una situación personal por la cual un individuo está bajo el dominio de otro, perdiendo la capacidad de disponer libremente de su propia persona y de sus bienes. El fenómeno de la esclavitud se remonta a determinadas civilizaciones antiguas. Históricamente se ha demostrado que su existencia deriva de la práctica de aprovechar la mano de obra de los cautivos en las guerras, a diferencia de la práctica más remota de sacrificarlos. La esclavitud es una actividad económica mientras que el esclavismo es la ideología que la sustenta.

La deshonestidad. La deshonestidad se da entre personas que al principio se tienen un gran amor... respeto. o simplemente cariño mutuo. pero alguien de esas dos personas haya cometido una (deshonestidad)...entonces ahí ya no habla confianza. y posiblemente ya no halla amor y cariño. Otra de las maneras que ser deshonesto es cometer lo incorrecto, por ejemplo, en un examen un niño copia las respuestas de otra niña (ahí se comete una deshonestidad y está haciendo lo incorrecto. (Jhoselyn, 2017).

La arrogancia. - Es una cualidad que se refiere al excesivo orgullo de una persona en relación consigo misma y que la lleva a creer y exigir más privilegios de a los que tiene derecho. El adjetivo calificativo relativo a esta pasión es arrogante. Se emplea frecuentemente con connotación negativa.

El odio. El odio es un sentimiento de profunda antipatía, disgusto, aversión, enemistad o repulsión hacia una persona, cosa, o fenómeno, así como el deseo de evitar, limitar o destruir a su objetivo. El odio se puede basar en el miedo a su objetivo, ya sea justificado o no, o más allá de las consecuencias negativas de relacionarse con él.

Irrespeto. El irrespeto se da entre una persona sin morales y otra, por ejemplo: las groserías, apodosos entre otras más ya que estas les faltan el respeto a las demás personas ... otro ejemplo son las personas que son irrespetuosas son aquellas que contestan al hacerle una pregunta.

Irresponsabilidad. La irresponsabilidad se da en aquella persona que no cumple sus responsabilidades. un ejemplo de ello es: un niño que debe de hacer una tarea para la siguiente clase y no la hace.

La soberbia. La soberbia y orgullo son propiamente sinónimos aun cuando coloquialmente se les atribuye connotaciones particulares cuyos matices las diferencian.

Injusticia. Es cuando alguien comete algo injusto. por ejemplo, en las elecciones hay personas que hacen trampas para poder ganar en las selecciones

Infidelidad. La Infidelidad es el incumplimiento del compromiso de fidelidad. Vale resaltar que, en su acepción más común, el termino fidelidad hace referencia al respeto mutuo entre los miembros de una pareja, en particular al respeto y cumplimiento de un pacto, explícito o implícito, de exclusividad, (Jhoselyn, 2017).

2.2 MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN.

2.2.1 Antecedentes investigativos

La radio como medio de difusión, se concentra principalmente en la naturaleza de lo que ésta representa como medio en sí, ya que, posee, una calidad íntima de tú a tú, que la mayoría de los otros medios no tienen. Uno de los factores más importantes de la radio es que su costo de producción es menos elevado que el de los otros medios, estas características, a su vez, nos permiten utilizar diversos elementos creativos como voces, música y anunciadores en los comerciales.

El comercial de radio no es más que una pieza publicitaria preparada para ser escuchada por este medio. Es la extensión de la campaña creada para ser colocada en la radio. El mismo necesita de imágenes que vayan desde los ojos hasta la mente, solo se necesita persuadir al consumidor con un fuerte mensaje que, a su vez, genere en el mismo, sentimientos positivos, con respecto al producto, esto es lo que constituye el éxito de un comercial de radio, (Campo, 2016).

La radio es un medio de difusión masivo que llega al radio-escucha de forma personal, es el medio de mayor alcance, ya que llega a todas las clases sociales. La radio es un medio de comunicación que llega a todas las clases sociales. Establece un contacto más personal, porque ofrece al radio-escucha cierto grado de participación en el acontecimiento o noticia que se está transmitiendo.

Es un medio selectivo y flexible. El público del mismo no recibe tan frecuentemente los mensajes como el de los otros medios y además el receptor de la radio suele ser menos culto y más sugestionable en la mayoría de los casos. Como medio de comunicación la radio nos brinda la oportunidad de alcanzar un mercado con un presupuesto mucho más bajo del que se necesita en otros medios, es por eso, que es mayor la audiencia potencial de la radio. (Campo, 2016)

Carolina Arteaga Estudiantes de la Licenciatura en Comunicación. UNAM- ENEP Acatlán, Estado de México, México indica que: En sus inicios la radio fue un experimento para establecer comunicación a larga distancia. Con el tiempo ha ido evolucionando con la colaboración de científicos, artistas, periodistas y en general, de profesionistas de diferentes áreas del conocimiento Actualmente, los avances tecnológicos han permitido que la radio llegue a más personas: la Amplitud y la Frecuencia Modulada han crecido de manera considerable en cuanto a la cantidad y variedad de sus emisoras, el disco compacto ha desplazado a los acetatos, la transmisión vía satélite y la radio en Internet son algunos de los cambios sustanciales, pero los avances tecnológicos no son los únicos impulsores de la radio.

A la par del crecimiento del número de emisoras, se incorporaron nuevos contenidos: propaganda política, noticias, música y publicidad, pero también la radio se orientó hacia el servicio de los intereses de la comunidad. Los programas enfocados a la educación nacen a partir del índice de deserción o de no asistencia al sistema escolarizado formal, debido a que las instituciones escolares se encontraban a distancias inaccesibles en algunas poblaciones. La radio, como un medio económicamente accesible para tenerse en los hogares, fue el espacio alternativo para la educación.

Las nuevas concepciones del mundo y el individuo, acompañadas por el desarrollo y avance de tecnologías en los medios de comunicación, plantean una urgente necesidad: consolidar un modelo de radiodifusión educativa a la altura de las demandas de un auditorio diverso. La radio comercial en general, no tiene ninguna intención de enseñar o instruir, simplemente busca entretener al radioescucha y su fin en los últimos es la ganancia monetaria. Las estaciones de tipo cultural tienen por objeto instruir a la audiencia, sin que el fin lucrativo es el de mayor preponderancia; sin embargo, hay que aclarar que no alcanzan el estatus de radio educativa, puesto que sus programas no están producidos a partir de un plan de estudios oficial, validado previamente, (Arteaga, Martínez, Medel, & Piña, 2016).

Javier Higuero docente en la Universidad de Cataluña expresa que: La radio se ha convertido para los jóvenes en esta era tecnológica en algo secundario. Mucho ha cambiado este medio en los últimos años para solventar este problema, pero todavía necesita mejorar más para atraer a aquellos que un futuro próximo deberían ser fieles oyentes. De ellos

depende, y mucho, su supervivencia, pero ¿en qué está fallando la radio hoy día para que todavía no termine de atraer a los más jóvenes

La radio es uno de los medios de comunicación más antiguos que existen. Lleva acompañándonos desde la nochebuena de 1906, momento en el que se realizó la primera transmisión de radio en el mundo. Este medio siempre se ha caracterizado por su capacidad de adelantarse al que ha sido históricamente su gran rival, la televisión. A diferencia de ella, la radio ha demostrado una gran capacidad de instantaneidad, ya sea por contar las cosas que ocurren justo en el momento en el que se están produciendo unos hechos y por los pocos elementos necesarios para poder realizar una transmisión, o también por la gran rigurosidad de los periodistas al contar la noticia.

Aun así, en estos últimos 20 años la radio ha ido perdiendo fuerza sobre todo entre los más jóvenes, que han visto cómo el poder de la tele, ya sea por la espectacularidad de las imágenes, la cantidad de diferentes formatos existentes o por no requerir tanta atención como la radio les ha influenciado para olvidarse de ella. Estamos en un momento en el que la radio obviamente se ha modernizado, introduciendo la posibilidad de oír los programas cuando queramos a través de los podcasts, pero a pesar de ello no ha terminado de convencer a los más jóvenes, que todavía prefieren ver la televisión.

En un mundo en el que estamos muy apegados a la tecnología, cuesta creer que aquellos que nacieron a partir del año 2000 enciendan el transistor para escuchar a sus artistas favoritos o para estar al día de lo que ocurre en el mundo. Prefieren trastear con un smartphone. Para Gorka Zumeta, los jóvenes no tienen la culpa, la culpa la tienen las radios al no aportar contenido interesante para esta franja de edad. Si a esto le sumamos que "los temas que aborda la radio generalista les resulta totalmente ajenos, el cóctel explosivo está logrado (Menzig, 2017).

La revista Europa en uno de sus artículos publicados sobre influencia de los medios de comunicación: causa de exclusión social expresa que: La influencia socializadora de los medios de comunicación y las redes sociales entre niños, jóvenes y adultos, puede acarrearles consecuencias nocivas en la vida diaria, al transferir una información errónea y confusa sobre la realidad.

La influencia socializadora que ejerce, en la actualidad, los medios de comunicación y las redes sociales, entre los niños, jóvenes y adultos, puede acarrearles consecuencias nocivas en la vida diaria, al transferir una información errónea y confusa, sobre la realidad, convirtiendo modelos estereotipados en modelos de conducta.

Desde que el hombre comenzó a comunicarse con sus semejantes, nunca como hasta nuestro siglo, el proceso de comunicación social ha adquirido la importancia, influencia y extensión que presenta en nuestros días, pasando a integrar, con un peso específico privilegiado, el lugar de un agente más de socialización.

Estos medios de comunicación, ya sea televisión, radio, cine, prensa escrita o audiovisual, autopistas de la información, llevan, en un sentido general, a la universalización de la cultura de masas, ensanchando los horizontes, proponiendo nuevos modelos sociales, conductas, valores, etc. que generalmente responden a una ideología dominante, aunque muchas veces, estén alejados de la realidad y contexto habitual del sujeto, (Europa, 2018).

La revista digital Educa peques de la ciudad de Bogotá Colombia señala en uno de sus artículos publicados el 18 de enero del 2019 expone que: La educación en valores, es algo que nos preocupa a todos, familias, educadores y sociedad en general. Actualmente educar en valores es, más que en otras épocas, una autentica necesidad. Nos preocupamos por enseñar a los niños y niñas, por instruirles y favorecer la adquisición de ciertas destrezas y competencias. Sin embargo, a veces dejamos de lado la necesaria educación en valores.

La simple mención de los valores. Seguramente los niños y niñas ya conozcan los valores apropiados, pero la educación en valores es mucho más que eso. Educar en valores requiere la interiorización del valor, para asumirlo como un principio que guíe los propios actos, está presente en muchos actos, y se lleva a cabo de manera directa, pero sobre todo de un modo indirecto a través de actitudes que los niños y niñas observan, aceptan e interiorizan como suyos propios. La educación en valores ocurre de manera transversal, a través de diferentes agentes educativos, desde el ámbito formal y no formal.

La educación en valores requiere la vivencia afectiva de los mismos, y por lo tanto tiene como agente principal la educación familiar. Los niños y niñas viven los valores que se transmiten de forma inconsciente en el seno de la familia y otorgan una carga afectiva a

dichos valores. Esta vivencia de los valores, tiene más peso y más influencia que otras acciones en lo que a educación en valores se refiere, (Educapeques.com, 2019).

El psicólogo Miquel Martínez manifiesta que: Cuando se habla de los jóvenes, con frecuencia, se hace de forma genérica. Hay muchos tipos de jóvenes, es decir, existen muchas maneras de vivir esta etapa de la vida que no tiene un momento de inicio y un momento final, sino que nos evoca una especie de espiral. Incluso podemos vivir varias adolescencias a lo largo de la vida. Por lo tanto, es un tema que no se agota en los momentos evolutivos clásicamente llamados de la adolescencia y la juventud.

Por otra parte, estamos en un momento tanto de crisis de valores como de crisis de pautas de educación en las familias. En este sentido, las familias, han de ser muy conscientes de que su tarea educadora han de asumirla desde la etapa de la primera infancia y no solamente cuando sus hijos e hijas ya son adolescentes. En educación y, especialmente en educación familiar hace falta insistir en que los primeros años, los años de infancia, son claves para una buena adolescencia.

Ello implica enfrentarse a un problema serio que presenta diferentes aristas. La primera viene derivada de la situación económica y social que estamos padeciendo desde hace un determinado tiempo, tal vez de una forma más grave en los últimos años. También de un decrecimiento de las políticas sociales y de ayuda a las familias que padecen situaciones de necesidad más profunda, de un problema de paro muy importante, más intenso en Cataluña que en España; de la preocupación de una población que no ha podido acabar de conciliar bien las tareas de casa, la educación de hijos e hijas, con las tareas laborales del padre y de la madre.

Todo esto está generando que los espacios de educación familiar, muchas veces, no son propicios como nos gustaría y se están produciendo situaciones de déficit, sobre todo de índole afectiva, de calidez y de clima familiar, que son transversales y que no siempre tienen una dependencia directa de los niveles socioeconómicos de las familias y niveles socioculturales. Hay familias con un nivel sociocultural muy elevado y un nivel socioeconómico muy alto y con un clima afectivo nada adecuado, incluso, horrible. Y a la vez nos encontramos con una infancia y una adolescencia absolutamente abandonada, con padres y madres con unos recursos muy limitados y con problemas de subsistencia, pero

con una manera natural de entender lo que quiere decir “criar” y, por tanto, ayudar a los más pequeños a crecer de una forma absolutamente envidiable. Así pues, esto no es un asunto que podamos resolver sólo con unas reflexiones del nivel sociocultural y/o de clase, sino que es una cuestión de índole transversal que apela al estilo de educación, que no está determinado únicamente por condicionamientos de origen de las familias, sino que se puede atender, educando en valores, (Martínez, 2016).

2.2. 1 categoría de análisis

Categoría de análisis 1: Programas radiales

Definición. – Emisiones están identificadas por un título y comparten ciertas temáticas. Esto quiere decir que cada programa trata sobre cuestiones más o menos preestablecidas, lo que implica una especie de pacto con el oyente.

Operacionalización de las subcategorías

- Conjunto de emisiones periódicas
- Producción radiofónica
- Información de carácter técnica

Categoría de análisis 2: Fortalecimiento de valores

Definición. – Cualidades reales inherentes, en primer lugar, a las acciones y en segundo lugar a las personas que las realizan, mediante las buenas acciones el ser de la persona va perfeccionándose

Operacionalización de las subcategorías

- Principios, virtudes o cualidades

- Pensamientos de las personas
- Pautas de comportamiento

2.3 Postura teórica

Según John Cobo coordinador del Ministerio del Poder Popular para la Educación, Venezuela manifiesta que.

La utilización de la radio de manera planificada e intencionada en el proceso educativo contribuye a que los jóvenes adquieran una amplia gama de conocimientos referidos a diversos temas académicos, científicos y humanísticos, de una manera interactiva y vivencial. Partiendo de esta premisa es posible inferir que la radio constituye un recurso útil y valioso para consolidar competencias

De esta manera se registra la aparición de la radio en el ámbito educativo, haciendo énfasis en que la radio no solo era un recurso para entretener, divertir e informar, sino que se podía utilizar con fines educativos en diferentes formas. Sin generar altos costos económicos para sus participantes, puesto que su funcionamiento depende de unas redes de señales digitales que salen de un emisor hacia un receptor

Cobo también señala que la radio es un recurso educativo y comunicacional que se adapta fácilmente en el ámbito educativo, incorporándolo en los encuentros de saberes, para transformar el proceso de enseñanza y aprendizaje de una manera más interactiva, socializada y vivencial, que motive a los estudiantes a seguir desarrollando su capacidad intelectual y personal, así mismo contribuye a la construcción de una sociedad feliz y comprometida con el desarrollo sustentable de la nación. Se evidenció la importancia de la utilización de la radio en las aulas de clases, como una herramienta fundamental para aumentar la participación formando jóvenes líderes y protagonistas de los procesos socio - culturales que se desarrollan en sus comunidades o regiones. De tal manera facilita la construcción y asimilación de conductas positivas que mejoren el clima colectivo en los estudiantes, (Cobo, 2015).

Javier Higueros estudiantes de la Universidad del Distrito General de México indican que:

El consumo de radio a través de internet ha ido penetrando mucho más debido gracias a la nuevas demandas y formas de consumo que ofrece la tecnología. Y es que la radio de hoy en día encuentra diferentes formas de distribuir sus contenidos a través de los diferentes formatos. Esta es una de las cosas más gusta a los jóvenes, pues se pueden llevar el smartphone a todos lados y además tienen la posibilidad de oír lo que quieran en cualquier momento. No obstante, todavía queda mucho por mejorar,

Aunque la radio haya perdido una gran cantidad de oyentes jóvenes, todavía quedan lugares como las universidades que apuestan por este tipo de medios de comunicación. las claves que hay que tener en cuenta para realizar un buen programa e incluso fomentar los valores del trabajo en equipo. No olvidemos que la radio no sería posible sin una buena comunicación entre los miembros del programa.

La radio debe abrir la mente y relacionarse con los diferentes formatos y dispositivos multimedia para que en unos años no se convierta en una herramienta residual, (Higuero, 2018).

Gabriela Salgado columnista y reportera de la revista pensamiento de la ciudad de Bogotá manifiesta que:

Los valores actúan como ancla en el proceso de cambio de toda sociedad, para que al atravesar de una etapa a otra no se pierdan las tradiciones, costumbres, ni mucho menos el actuar ético de los individuos, fungen como control, a fin de que las normas morales permanezcan.

Nuestra sociedad ha sufrido un cambio severo a raíz del surgimiento de las nuevas tecnologías y la revolución científica que se han dado en los últimos años. Los niños y los jóvenes se han distanciado de las tradiciones y costumbres que mencionamos anteriormente y se han alejado de los valores que habían regido en sus comunidades por décadas. La industrialización, la urbanización, los medios de comunicación masiva y las nuevas tecnologías provocaron que las instituciones como la familia, la escuela o incluso la iglesia,

que se encargaban de transmitir los valores, se resquebrajaron y no surgió ninguna otra institución con el poder de sustituirlas ante los cambios que se dieron en este nuevo siglo.

El desarrollo del conocimiento científico sin los valores ha generado una severa crisis en la sociedad en que vivimos, y esta afectó también el ámbito educativo. El aumento del bienestar y la comodidad generó consumismo en la sociedad, la búsqueda imparable del placer, la liberación de todo tipo de impulsos sin ningún tipo de límites. Por lo que las personas han dejado de sentirse satisfechos con lo que tienen, las tradiciones y costumbres de sus comunidades ya no son suficientes, por lo que buscan nuevas experiencias y sensaciones que los han llevado al ocio y este ocio a adquirir malos hábitos que perjudican a toda la sociedad.

La falta de valores afectó profundamente a diversos estratos sociales, pero donde caló de forma más severa fue en las escuelas, por efecto de la contradicción y del conflicto de valores que se vivió en ellas. Los valores como la generosidad, la caridad, el amor a los demás, la honestidad, el respeto, la tolerancia etc., se oponían a un sistema socioeconómico que se fundamentaba en premiar y engrandecer la avaricia, la mentira, el fraude, la corrupción, la envidia, y la ambición de poder, (Salgado, 2019).

Mis postura teórica de acuerdo a los autores expuesto es que la radio es un medio de comunicación universal que tiene una aceptación por parte de la población en general influyendo en la vida de las personas de diversas manera por lo tanto se debe aprovechar la nueva tecnología y producir programas de fortalecimiento de valores que tanta falta le hacen a la sociedad en general donde se demuestre que el amor, el respeto, la amistad, la responsabilidad, la justicia no son temas que pasan de moda como un celular son principios y característica propias del ser humano y que deben resaltar siempre en nuestro aspecto personal.

2.4 HIPÓTESIS

2.4.1 Hipótesis general básica

Determinando el impacto que tienen los programas radiales fortalecerá los valores en los habitantes del sector 3 de noviembre de la parroquia rural San Carlos- Quevedo.

2.4.2 Sub hipótesis o derivadas

- Identificando las causas de la pérdida de valores se determinarán los efectos negativos en los habitantes del sector 3 de noviembre de la parroquia rural San Carlos.
- Indicando las consecuencias de la pérdida de valores se logrará concientizar en la importancia de los valores de los habitantes del sector 3 de noviembre parroquia San Carlos
- Desarrollando una guía estratégica para la producción de un programa radial influirá en el fortalecimiento de valores dirigidos a la comunidad san carleña.

2.5 Variable

2.5.1 Variable independiente

- Programas radiales

2.5.2 Variable dependiente

- Fortalecimiento de valores

CAPITULO III RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Resultados obtenidos de la investigación.

3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas.

La metodología empleada permitió la recopilación de información para obtener evidencias sobre situaciones o hechos en particular, por lo tanto, para el presente trabajo de titulación se escogieron dos instrumentos detallados como es tipos de investigación, métodos, encuestas, entrevistas, población y muestra. Permitirá realizar la encuesta y entrevista a los habitantes del sector 3 de noviembre de la parroquia Sa Carlos indagando en como perciben los programas radiales y que opinan sobre los valores.

La población de la parroquia San Carlos es de 10.028 habitantes de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), el proyecto está dirigido a los habitantes del sector 3 de noviembre que de acuerdo a su presidente barrial está conformado por 1.650 habitantes en quienes se aplicaran las encuestas formuladas y estructuradas para que responda de forma fácil.

3.5.2 Muestra

A través de la presente fórmula probabilística se pudo determinar que el tamaño total de la muestra.

Involucrados	Población	%	Muestra	%
Habitantes	1650	100%	1650	100
Editor general	4		4	
Reporteros	5		5	
Directores de emisoras	3	100%	3	100%
Total	1.662	100%	1.662	100%

Fuente: Habitantes del sector 3 de noviembre
Elaborado por: Elina Torres

Total, de Encuestas: 322

n= Tamaño de la muestra

N= Población O Universo

E= Error de muestreo

$$\text{Fórmula: } n = \frac{N}{e^2(N-1)+1}$$

$$n = \frac{1650}{0,05^2(1650 - 1) + 1} = \frac{1650}{0,0025(1649) + 1} = \frac{1650}{5.12} = 322$$

322 encuestas a realizar

3.1.2 Análisis e interpretación de datos

Para el análisis e interpretación de datos se procedió a realizar la encuesta a la población del sector 3 de noviembre de la parroquia San Carlos donde podemos determinar las necesidades insatisfacciones que existe en su población por el contenido de los medios radiales en producir un programa educativo de índole familiar dirigido a los jóvenes donde se resalten los buenos valores, se toque temas culturales, el daño que hace la tecnología dando una orientación en como los padres pueden tratar diversos temas que aquejan a los adolescentes.

A continuación, se detalla la encuesta realizada los moradores del sector respecto al tema de estudio donde cada uno de ellos nos darán su punto de vista aclarando las dudas determinado la factibilidad de la propuesta al proponer un guion radial con un programa cultural para que sea disfrutado en familia.

Encuesta aplicada a los moradores del 3 de noviembre de la parroquia San Carlos sobre la creación de un programa radial fundamentado en los buenos valores.

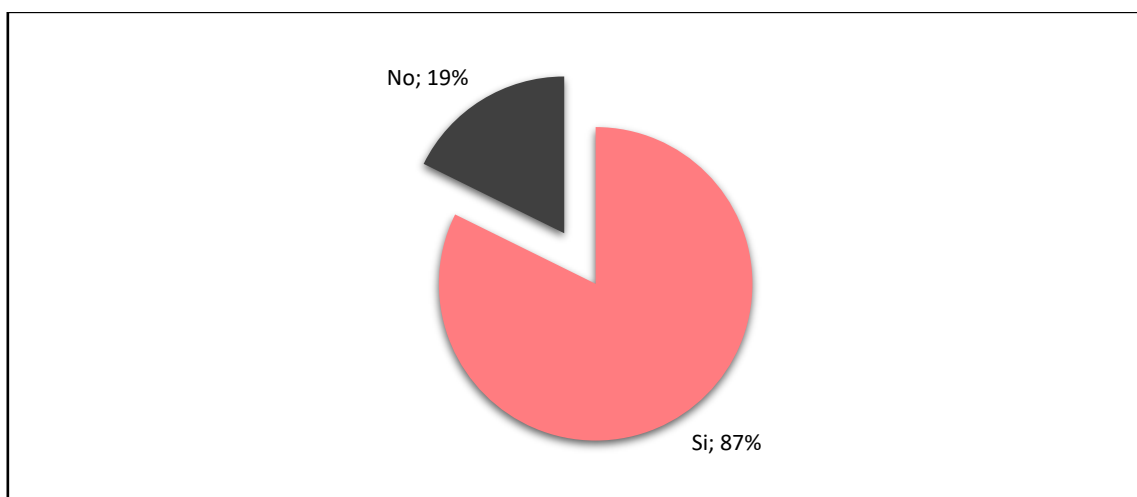
¿Le agrada escuchar la radio?

Tabla. - 1 La radio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	265	87%
No	57	19%
Total	322	100%

Fuente: Habitantes del sector 3 de noviembre
Elaborado por: Elina Torres

Figura 1.-La radio



Fuente: Habitantes del sector 3 de noviembre
Elaborado por: Elina Torres

Análisis. – La encuesta realizada a los moradores del sector 3 de noviembre señala que el 87% le agrada escuchar los programas que son transmitidos a través de la radio, mientras que el 19% indica que prefiere otros medios para entretenerse e informarse.

Interpretación. - La radio es un medio de comunicación tradicional para estar informados es costumbre que las personas se informen y encuentren una excelente opción para escuchar programas que tocan temas sociales.

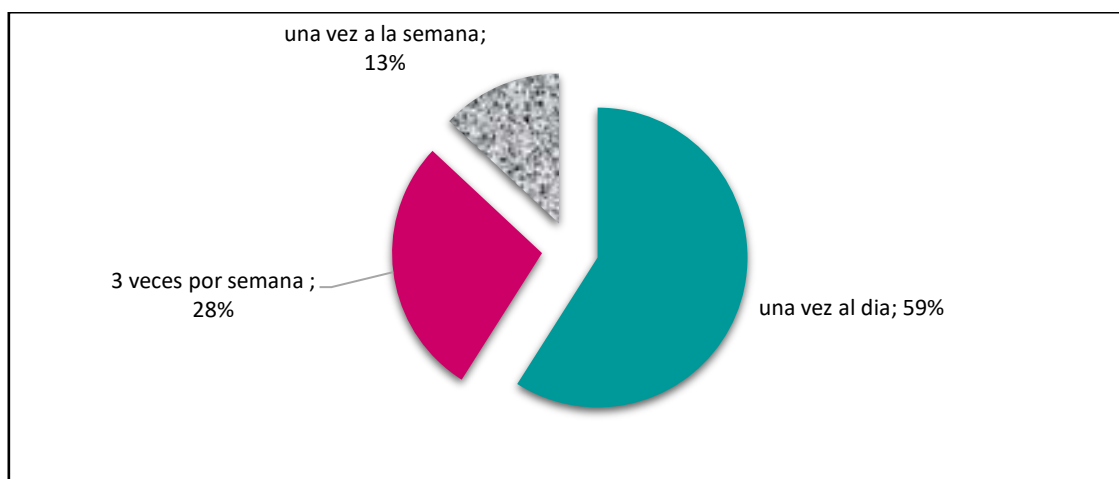
¿Qué tan a menudo escucha la radio?

Tabla 2.-Sintonización de la radio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
una vez al día	190	59%
3 veces por semana	90	28%
una vez a la semana	42	13%
Total	322	100%

Fuente: Habitantes del sector 3 de noviembre
Elaborado por: Elina Torres

Figura 2.- Sintonización de la radio



Fuente: Habitantes del sector 3 de noviembre
Elaborado por: Elina Torres

Análisis. –59% de la población encuestada señala que por lo menos sintoniza una vez al día la radio, mientras que el 28% revela que lo hace 3 veces por semana, y un 13% indica que lo hace una vez por semana

Interpretación. - La sintonía de la radio es diferente hay personas que los sintonizan diariamente otras no muy a menudo esto se debe por diversos medios que existen para estar informado.

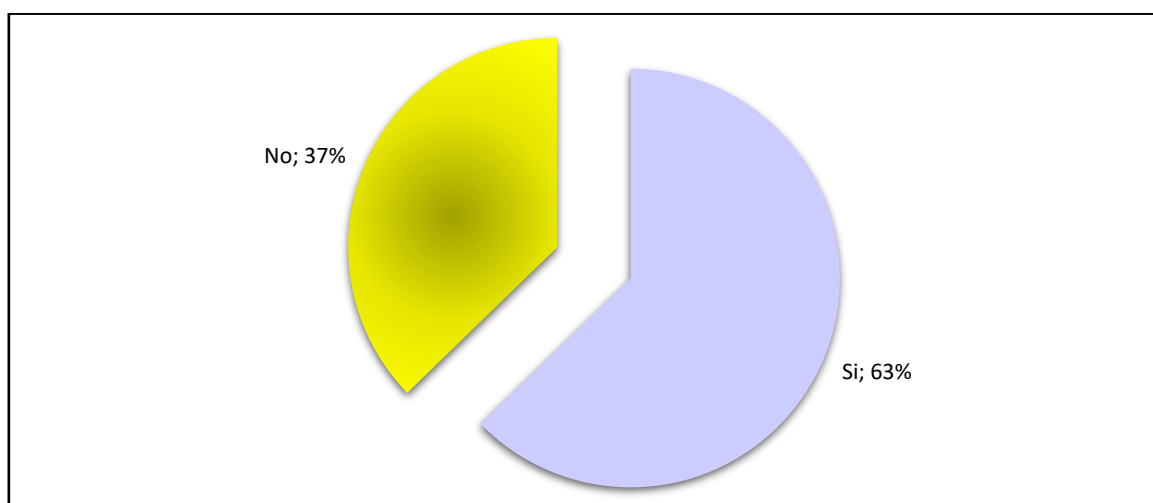
¿Considera que los programas radiales influyen en el comportamiento de las personas?

Tabla 3.-Influencia de los programas radiales

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	202	63%
No	120	37%
Total	322	100%

Fuente: Habitantes del sector 3 de noviembre
Elaborado por: Elina Torres

Figura 3.- Influencia de los programas radiales



Fuente: Habitantes del sector 3 de noviembre
Elaborado por: Elina Torres

Análisis. – 63% de la población encuestada considera que los programas de emisión radial si influyen en el comportamiento de las personas debido a la fragilidad de la mente humana, mientras que un 37% señala que no.

Interpretación. - Estudios han demostrado que los programas que son transmitidos por los diferentes medios de comunicación tienen mensajes positivos o negativos que pueden influir en la manera como las personas toman decisiones sobre todo esto se observa en los más vulnerables que son los menores de edad.

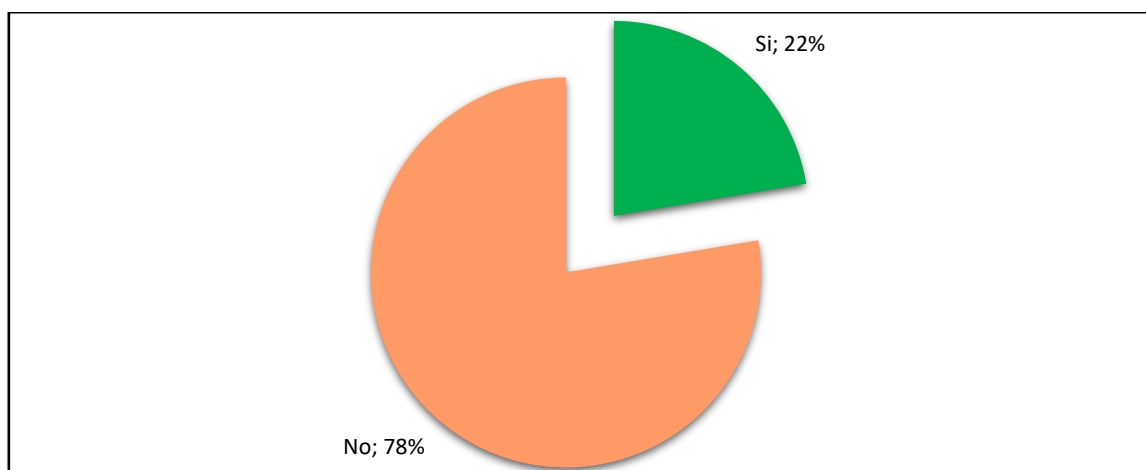
¿Conoce algún programa radial con temas sociales sobre valores que se esté transmitiendo actualmente?

Tabla 4.- Trasmisión de valores

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	72	22%
No	250	78%
Total	322	100%

Fuente: Habitantes del sector 3 de noviembre
Elaborado por: Elina Torres

Figura 4.-Trasmisión de valores



Fuente: Habitantes del sector 3 de noviembre
Elaborado por: Elina Torres

Análisis. – 78% de la población encuestada en el Sector 3 de noviembre de la parroquia San Carlos declara que no conoce de ningún programa de esta índole que se esté transmitiendo actualmente, mientras que un 22% expresa que si hay pero que son de otras provincias de la sierra y que su frecuencia radial no es muy buena al momento de sintonizarlos.

Interpretación. - La radio es un medio que tiene una gran influencia en la sociedad el desarrollo de un programa de esta índole que se especialice en los buenos valores tendrá un recibiendo positivo de acuerdo a la encuesta realizada.

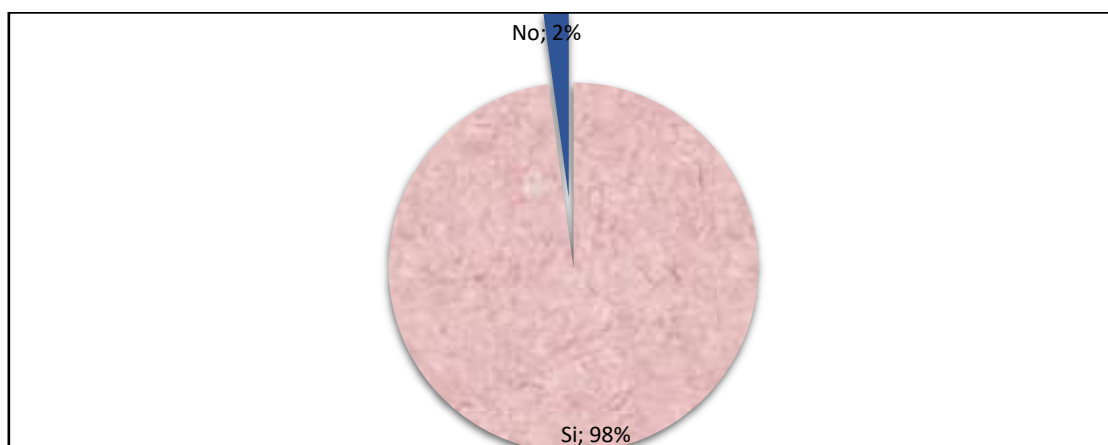
¿Considera que sería bueno crear un programa radial enfocado en temas sociales?

Tabla 5.- Programa radial

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	315	98%
No	7	2%
Total	322	100%

Fuente: Habitantes del sector 3 de noviembre
Elaborado por: Elina Torres

Figura 5.- Programa radial



Fuente: Habitantes del sector 3 de noviembre
Elaborado por: Elina Torres

Análisis. – Los moradores del sector 3 de noviembre de la parroquia San Carlos consideran que sería muy bueno que se creen programas radiales donde se resalten los valores familiares, culturales así lo expresa el 93%, sin embargo, una minoría que representa el 2% aduce que no es necesario.

Interpretación. - Actualmente no existen muchos programas radiales ni en los otros medios de comunicación que incluya en su programación programas que traten temas sociales por lo que serían un muy buen aporte.

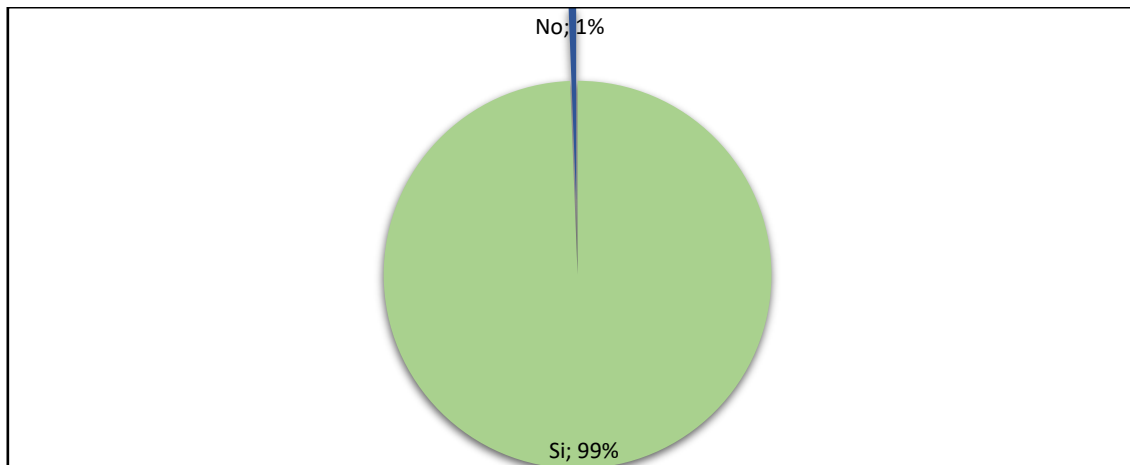
¿Sintonizaría un programa radial que contenga mensajes positivos sobre la práctica de valores?

Tabla 6.- Practica de valores

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	320	99%
No	2	1%
Total	322	100%

Fuente: Habitantes del sector 3 de noviembre
Elaborado por: Elina Torres

Figura 6.- Practica de valores



Fuente: Habitantes del sector 3 de noviembre
Elaborado por: Elina Torres

Análisis. – 99% de la población encuestada manifiesta que si escucharía un programa radial de esta índole, mientras que el 1% considera que no lo haría.

Interpretación. – En la actualidad existen muy pocos programas que lleven un mensaje positivo por ello la producción de un programa social tendría buena aceptación.

¿Qué tipos de valores consideran que deberían ser incluir muy a menudo en el programa radial para ser tratados?

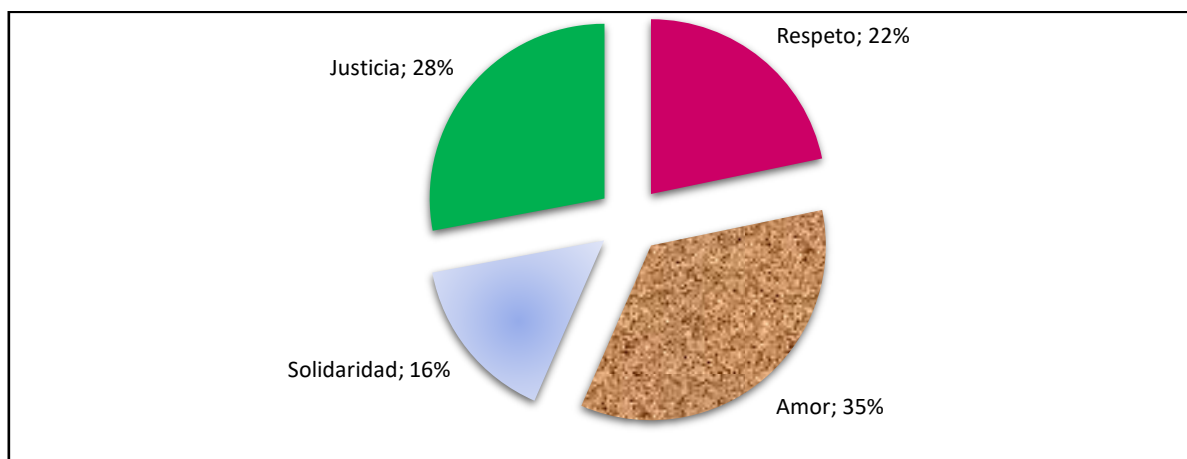
Tabla 7.- Valores a incluir en el programa radial

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Respeto	70	22%
Amor	112	35%
Solidaridad	50	16%
Justicia	90	28%
Total	322	100%

Fuente: Habitantes del sector 3 de noviembre

Elaborado por: Elina Torres

Figura 7.-Valores a incluir en el programa radial



Fuente: Habitantes del sector 3 de noviembre

Elaborado por: Elina Torres

Análisis. – Varios de los encuestados consideran que se deberían incluir varios valores a ser tratados muy a menudo entre ellos están el respeto con un 22%, la justicia con 28%, el amor el 35% y la solidaridad un 16%.

Interpretación. –Los valores que fueron escogidos por las personas encuestadas fueron considerados porque creen que se apegan más a la realidad y con situaciones que se viven a diario

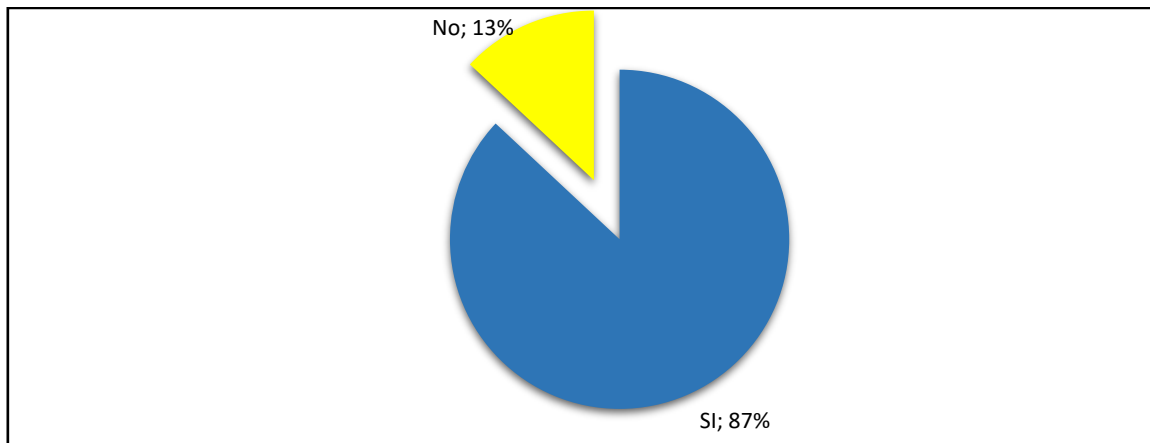
¿Crees usted que la tecnología influido en la falta de valores reflejada en la sociedad actual?

Tabla 8.- Tecnología y valores

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	280	87%
No	42	13%
Total	322	100%

Fuente: Habitantes del sector 3 de noviembre
Elaborado por: Elina Torres

Figura 8.- Tecnología y valores



Fuente: Habitantes del sector 3 de noviembre
Elaborado por: Elina Torres

Análisis. – La mayoría de las personas consideran que la influencia tecnológica ha traído problemas en la juventud que se deja manipular por lo que escuchan a través de los diferentes programas que le presentan los medios de comunicación.

Interpretación. – El uso irresponsable que se le da a los medios de comunicación a influido para que muchos jóvenes observen y escuchen programas que son contraproducentes para su desarrollo social con las demás personas.

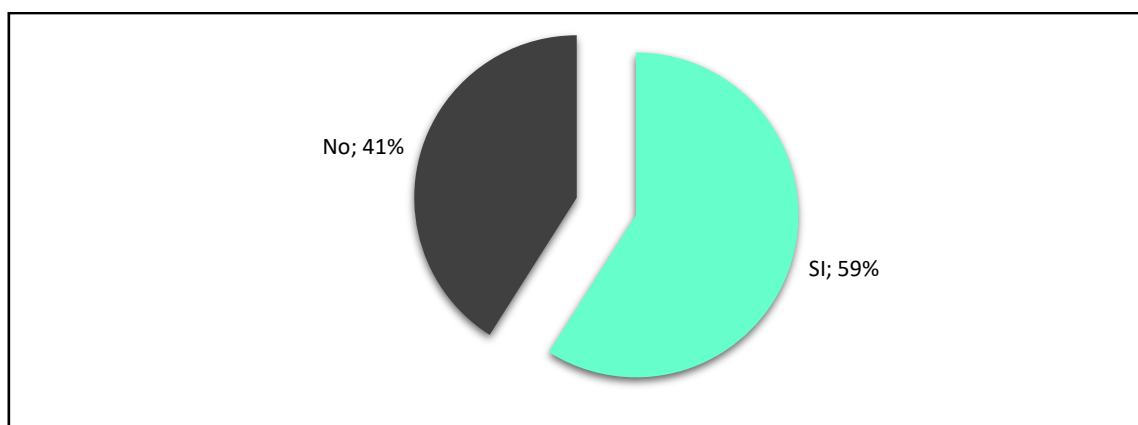
¿Considera usted que se debería limitar el uso de tecnología a los jóvenes?

Tabla 9.- Uso de tecnología

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	190	59%
No	132	41%
Total	322	100%

Fuente: Habitantes del sector 3 de noviembre
Elaborado por: Elina Torres

Figura 9.- Uso de tecnología



Fuente: Habitantes del sector 3 de noviembre
Elaborado por: Elina Torres

Análisis. – 59% de los encuestados consideran que si se deberían limitar el uso de tecnología a los jóvenes, mientras que un 41% cree que no es necesario ser extremista y que existen otros métodos

Interpretación. – Es necesario que se concientice en la población el buen uso de los dispositivos electrónicos y que aporten en un conocimiento educativo para todos.

.-

¿Considera usted que los valores se pueden fortalecer a través de un programa radial?

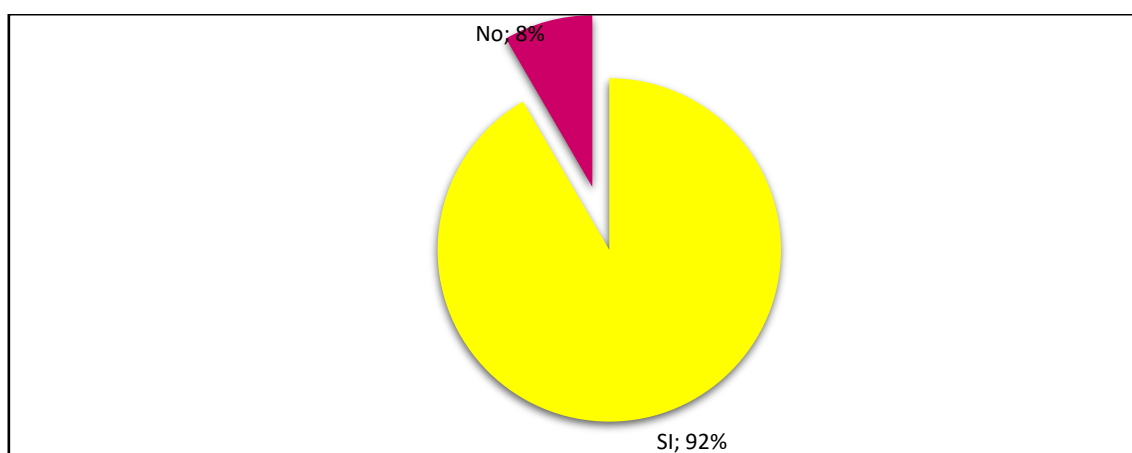
Tabla 10.-Fortalecimiento de valores

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	295	92%
No	27	8%
Total	322	100%

Fuente: Habitantes del sector 3 de noviembre

Elaborado por: Elina Torres

Figura 10.- Fortalecimiento de valores



Fuente: Habitantes del sector 3 de noviembre

Elaborado por: Elina Torres

Análisis. – el 92% de los encuestados consideran que se puede ayudar a la población inculcando valores a través de un programa radial, mientras que una minoría que corresponde al 8% indica que no.

Interpretación. – En la situación que el mundo está viviendo actualmente donde el consumismo, el materialismo forman parte de la vida cotidiana un programa radial que influya de forma positiva es un gran aporte para la sociedad como orientación a tantos jóvenes confundidos.

Entrevista realizada licenciada Jesenia Guano presentadora del programa “Yo soy Plus”

¿Qué opina usted de la radio en la actualidad?

Considero que la radio por años fue un líder de la información dado a conocer los acontecimientos más importantes que marcaron nuestra historia y aportaron de gran manera, hoy en día ese liderazgo fue quitado por los diversos medios de información que muestran imágenes, videos en vivo esto ha influido para que su popularidad ya no brille como más antes lo hacía.

¿Cree usted que la radio puede desaparecer con el transcurso del tiempo debido a la tecnología actual?

No porque aun con la más alta gama que poseemos en la actualidad y los teléfonos inteligente la radio aun tienes un espacio considerable en el mercado de las telecomunicaciones, un espacio que está muy bien posesionado con una buena demanda que siempre está a la expectativa de los que presentan estos medios.

¿En los últimos tiempos la radio ha tenido fuertes críticas debido a su programación que la tildan de sensacionalista para ganar más público que opinión tienes usted al respecto?

Últimamente toda la programación que es transmitida por los medios de comunicación está siendo fuertemente criticada por el tipo de contenidos que muestran donde tocan temas que son delicado de una manera fría, la radio por otra parte no se ha quedado atrás y también ha cambiado la programación tradicional a una programación más amarillista que es lo que llama la atención, aunque a muchos no nos agrada es lo que vende hoy en día.

¿Cree que se están perdiendo los valores en la sociedad actual?

No se han perdido por completo imagínese si viviéramos en una sociedad sin valores y temor a Dios estallaríamos en un caos total es necesario que como padres inculquemos los buenos valores que deberían iniciar en casa.

¿Porque considera que no hay muchos programas radiales con temas de índole social?

Buenos varios medios radiales creo que consideran que este tipo de programas no les va a ayudar en el rating de su programación optando por otro tipo de programación más sensacionalista a la que el público ya está acostumbrado.

¿Cree usted que los medios de comunicación influyen en la conducta humana a través de su programación?

En lo personal pienso que si porque si usted se da cuenta cuando sale un personaje de moda ya sea en una película, serie o simplemente un anime los más pequeños lo siguen sus patrones de conductas quieren ser igual a quienes observan o escuchan por un medio comunicacional.

¿Cree usted que tendría la aceptación un programa radial para el fortalecimiento de valores?

Si en la actualidad un programa de esta índole tendría una muy buena aceptación refréscate y diferente además de información educación que ayuda a todos.

3.2 CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

3.2.1. Específicas.

La investigación aplicada determino que existen muchas causas por lo que se van perdiendo los valores entre las principales es la falta comunicación y amor que existe en la familia, el exceso de trabajo no les permite enfrentar problemas y realidades que se convierten en un problema a corto plazo es por ello que muchos jóvenes se refugian en la tecnología como una opción de entretenimiento y olvidar los problemas lo que no es positivo para su desarrollo social.

Mediante el presente estudio realizado en los moradores del sector 3 de noviembre se concluyó que los efectos de pérdida de valores en los jóvenes tienen consecuencias negativas tales como insensibilidad, conducta destructiva, adicción a sustancias psicoactivas, incapacidad de poder desarrollar buenas relaciones interpersonales, depresión entre otras, las cuales presentan una señal de peligro a las que todos deben estar alerta.

Actualmente ningún medio de comunicación radial transmite programas de índole educativo social que toque temas sensibles como el fortalecimiento de valores que tendría un impacto positivo para la sociedad en general.

3.2.2 General

La encuesta revela que los programas radiales tienen un fuerte impacto en la población por tratar temas cotidianos de los que nadie habla apegados a la realidad que deberían ser tratados diariamente por expertos para una mayor ayuda social.

3.3 RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

3.3.1 Especificas

Se recomienda determinar las causas y consecuencias de la pérdida de valores en las personas del sector 3 de noviembre y poder tomar las acciones necesarias reflexionando sobre el estado de conducta y como son percibidos por las demás personas dando un mal ejemplo a los más jóvenes.

Se estableció que la pérdida de valores en las personas debido a ciertos factores trae consecuencias como depresión, conductas violentas originando que el ser humano pierda la relación con la familia por ello es recomendable tener una buena comunicación familiar y discutir los problemas que nos afectan abiertamente.

Se sugiere que los ciudadanos escuchen programas de índole social con mensajes positivos ayudándolos a resolver ciertos conflictos familiares que si no son tratados a tiempo desencadenar consecuencias negativas de forma personal y en el entorno familiar.

3.2.2 General

Se espera que la producción de un programa radial tenga un impacto positivo dado el estudio realizado en los moradores del sector su aceptación de un programa radial que fortalezca los valores influye en el desarrollo social sobre todo de los más jóvenes.

CAPÍTULO IV. PROPUESTA DE APLICACIÓN

4.1 PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS

4.1.1 Alternativa obtenida

Concluida la investigación de campo que involucra la encuesta, entrevistas, técnicas de observación y los métodos analíticos, bibliográficas y estadísticos podemos determinar que la alternativa que se ha obtenido de la investigación es amplia en cuanto a la producción de un programa radial en el fortaleciendo de valores orientando e informando que debemos hacer como padres, amigos cuando observamos cierto tipo de conductas en nuestros compañeros y la ayuda que le podemos sugerir.

La encuesta realizada en el sector 3 de noviembre de la parroquia San Carlos, determino que el 92% de los encuestados coinciden que un programa radial de fortalecimiento de valores brindara una ayuda de orientación como tratar ciertas conductas de las personas que por a falta de valores son autodestructiva erradicando este problema mediante la información que briden. Actualmente se pudo constatar que no existe ningún programa radial al aire con esta temática, algunos de los productores y directores que tienen a cargo una estación radial coinciden que no se reciben mucha ayuda por parte de los auspiciantes ni de las autoridades en apoyar la producción de programas de esta índole, la producción programas con temas sociales requieren de muchos esfuerzos tocar la puerta de los auspiciantes y presentarles buenos proyectos donde sobresalgan siempre sus nombres para dar luz verde a la realización de un programa de tema social.

La radio es un medio que tienen una excelente aceptación por parte de la comunidad ecuatoriana, un medio que es considerado económico de fácil accesibilidad con una gran variedad de entretenimiento y que es sintonizado por todos los extractos sociales dado su alcance y aprobación es el medio idóneo para la producción de un programa que fortalezca los valores en todas las personas y en especial en la juventud sembrando el conocimiento el amor y el respeto por los demás.

4.1.2. Alcance de la alternativa

A través de la propuesta presentada sobre la guía estratégica de la producción de un programa radial enfocado en el fortalecimiento de valores dirigido al sector 3 de noviembre de la parroquia san Carlos se tiene expectativas positivas debido a que en la actualidad ninguna estación radial cuenta con un programa de esta índole será un programación fresca, innovadora, entretenida dando la oportunidad al público que haga llamadas en vivo explique sus problemas y dudas y como resolver ciertos conflictos pues el programa radial tiene ese objetivo principal que la gente confíe en ellos aportando de manera beneficiosa a toda la sociedad en general.

El problema de inculcar valores que luego se ven reflejado por la conducta humana no es problema reciente tiene sus antecedentes a través de la historia pero ha repercutido con mayor fuerza en este nuevo siglo donde se puede observar que tanto jóvenes como adultos que poseen un grado de insensibilidad, muestran conductas autodestructiva, causan daño en su entorno y en sí mismo creando un estado de zozobra en la sociedad que busca culpables y soluciones de forma inmediatas por los efectos que tienen estas personas que no logra integrarse a la sociedad por completo.

El estudio realizado revelo que las personas confían en los medios de comunicación en especial en la radio debido que es un medio tradicional confiable considerando que la creación de un programa radial que trate temas de interés como la falta de valores, conductas dañinas, prevención y cuidados será muy bien recibida ya que en la actualidad la programación de los medios de comunicación no tiene un mensaje positivo y que presentan programas sensacionalista que no aportan en nada en las personas todo lo contrario induce a que se fomente el materialismo, racismo, machismo que muchos jóvenes siguen con efectos desastrosos.

4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa

4.1.3.1 Antecedentes

Vivimos en un mundo de comunicación; y, la educación constituye un proceso permanente en el que los sujetos (niños, niñas, jóvenes, adultos, ancianos) van

descubriendo, elaborando, reinventando y apropiándose del conocimiento. Es un proceso de acción-reflexión-acción que se realiza desde la experiencia, las prácticas sociales, no en soledad sino junto a otros.

La radio es uno de los medios de comunicación que más acercamiento tiene con las personas en donde quieran que estén y de bajo costo con respecto a otros medios de comunicación. Históricamente sirvió de conexión a nivel nacional y mundial a través de los programas de noticias.

Actualmente la radio presenta nuevas propuestas como los programas educacionales que aportan a la formación crítica de los oyentes y brindan un espacio de debate, enseñanzas y compromisos de quienes intervienen. La educación como parte de la comunicación incluye todas las formas de estudiar, aprender y enseñar, en el contexto de la utilización de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas científicas, además de englobar el saber utilizar las nuevas tecnologías de la comunicación. Por lo general, los programas educativos no son acogidos en su totalidad por los medios ya que no genera una inversión económica para la radio en este caso, además los jefes de programación consideran que la gente busca escuchar más música que programas que los aburran, así como los educativos.

A la radio se la debe idear de una manera distinta, no solo como un medio de comunicación que transmite la música más actual, o que presenta a invitados que son el boom del momento o, solo dedicarse a tener espacios informativos, sino que se de apertura a espacios que ayuden a transmitir ondas educativas, importantes y muy necesarias para seguir edificando a las familias y porque no también de todo el país; que sea un medio que levante nuevas generaciones de padres, madres hijos e hijas que marquen una diferencia total y profunda en la sociedad.

La familia es el lugar ideal para forjar los valores, es una meta alcanzable y necesaria para lograr un modo de vida más humano, que posteriormente se transmitirá a la sociedad entera. El valor nace y se desarrolla cuando cada uno de sus miembros asume con responsabilidad el papel que le ha tocado desempeñar en la familia, procurando el bienestar, desarrollo la felicidad de todos los demás.

El valor de la familia se basa en la presencia física, mental y espiritual de las personas en el hogar, con disponibilidad al diálogo y a la convivencia, haciendo un esfuerzo por cultivar los valores en la persona misma, y así estar en condiciones de transmitirlos y enseñarlos. Actualmente la sociedad considera perdidos muchos valores cada miembro de la familia, y por ende muchos creen firmemente que los medios de comunicación influyen de mala manera en la vida de las personas; por tal razón muchas personas que adoptan lo que los medios de comunicación enseñan, cambian sus valores a antivalores y, por ende, el producto de todo esto es la destrucción del núcleo familiar.

Hoy en día a través de la constitución de nuestro país se garantiza que se desarrolle de manera libre procesos de educomunicación, el Buen Vivir apunta a consolidar sociedades mejor informadas en y para sus principales necesidades comunicativas. De ahí la necesidad de contribuir a este proceso de consolidación y por ello es conveniente realizarlo desde el campo radial puesto que este es un medio de comunicación de largo alcance, (Díaz, 2016).

4.1.3.2 Justificación

La propuesta se justifica debido a la aceptación que se ha reflejado mediante la encuesta realizada donde el 92% de la población considera la factibilidad y aceptación de un programa radial enfocado en la familia con temas sobre el fortalecimiento de valores que influya de manera positiva en cada una de las personas llevando un mensaje positivo en sus vidas.

La propuesta que se presentara está estructurada de una forma abierta a escuchar los cambios y sugerencias necesarias para ser aplicados se invitara al público oyente que forme parte de este programa mediante la realización de llamadas mensajes explicando sus dudas comentarios, sugerencias y a resolver sus problemas familiares. Para ello se invitarán a un personal especializado en cada tema a ser tratado evitando así dar juicios de valores y comentarios que pueden ofender la susceptibilidad de los oyentes.

Su aceptación será medida por los niveles de sintonía donde se analizará los cambios necesarios sugerencias y la manera para que el programa llegue a más personas no solo de la parroquia sino de los demás cantones del país pues la falta de valores es un tema que está

afectando a toda la sociedad que muestra su preocupación por los efectos nocivos que esto tienen.

4.2. OBJETIVOS.

4.2.1 Objetivo general

- Desarrollar una guía estratégica para la producción de un programa radial de fortalecimiento de valores dirigidos a la comunidad sancarleña.

4.2.2. Objetivos específicos

- Determinar el contenido del programa de fortalecimiento de valores
- Interactuar a través de llamadas y mensajes a participar en los temas a ser tratados captando la atención del oyente.
- Conocer si la ciudadanía san carleña escucha el programa radial sobre el fortalecimiento de valores evaluando su grado de aceptación.

4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA

4.3.1. Título

Guía estratégica para la producción de un programa radial de fortalecimiento de valores dirigidos a la comunidad sancarleña.

4.3.2. Componentes

Determinar el contenido del programa de fortalecimiento de valores	Para determinar el contenido del programa de fortaleciendo de valores se analizarán y creara manuales radiofónicos muy bien
--	---

	estructurados que involucren temas relacionados con el diario vivir de la sociedad invitando a psicólogos en que nos orientes a tratar ciertos temas que pueden generar contrariedades.
Interactuar a través de llamadas y mensajes a participar en los temas a ser tratados captando la atención del oyente.	La línea del programa radial es de plena libertad de expresión dando cabida para que grandes y chicos puedan despejar sus dudas hacer preguntas sugerir alguna propuesta o dar su opinión de ciertos temas
Conocer si la ciudadanía san carleña escucha el programa radial sobre el fortalecimiento de valores evaluando su grado de aceptación.	La aceptación del programa se determinará por la sintonía y aceptación del programa por ello se lanzará una campaña publicitaria explicando los puntos y objetivos a alcanzar de la presente producción

Fuente: Habitantes del sector 3 de noviembre
Elaborado por: Elina Torres

Contexto legal de incluir programas formativos en los medios de comunicación

Art. 3. Contenido comunicacional

Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social.

Art 5. Medios de comunicación social

Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Art 7. Información de relevancia pública o de interés general

Es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de los asuntos públicos y de interés general. La información o contenidos considerados de entretenimiento, que sean difundidos a través de los medios de comunicación, adquieren la condición de información de relevancia pública, cuando en tales contenidos se viole el derecho a la honra de las personas u otros derechos constitucionalmente establecidos

Art 8. Prevalencia en la difusión de contenidos

Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

Art 14. Principio de interculturalidad y plurinacionalidad

El Estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a fin de que éstas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano, (Cordicom, 2017).

Art 15. Principio de interés superior de niñas, niños y adolescentes

Los medios de comunicación promoverán de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el Código de la Niñez y la Adolescencia

Art 17. Derecho a la libertad de expresión y opinión

Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley.

Art 18. Prohibición de censura previa

Queda prohibida la censura previa por parte de una autoridad, funcionario público, accionista, socio, anunciante o cualquier otra persona que en ejercicio de sus funciones o en su calidad revise, apruebe o desaprobe los contenidos previos a su difusión a través de cualquier medio de comunicación, a fin de obtener de forma ilegítima un beneficio propio, favorecer a una tercera persona y/o perjudicar a un tercero. Los medios de comunicación tienen el deber de cubrir y difundir los hechos de interés público. La omisión deliberada y recurrente de la difusión de temas de interés público constituye un acto de censura previa.

Art 19. Responsabilidad solidaria de los medios de comunicación

El medio de comunicación será solidariamente responsable por las indemnizaciones y compensaciones de carácter civil a que haya lugar, por incumplir su obligación de realizar las rectificaciones o impedir a los afectados el ejercicio de los derechos de réplica y de respuesta ordenados por la Superintendencia de la Información y Comunicación, previo el debido proceso, y que han sido generadas por la difusión de todo tipo de contenido que Artículo 19 Artículo 20 Artículo 21 16 lesione derechos humanos, la reputación, el honor, el buen nombre de las personas y la seguridad pública del Estado, de acuerdo a lo que establece la Constitución y la ley.

Art 23. Derecho a la rectificación

Todas las personas tienen derecho a que los medios de comunicación rectifiquen la información que han difundido sobre ellas, sus familiares o sobre los asuntos a su cargo cuando existan deficiencias en la verificación, contrastación y precisión de la información de relevancia pública de acuerdo a lo establecido en el artículo 22 de esta Ley. Los medios de comunicación tienen la obligación jurídica de publicar dentro del plazo de 72 horas, contadas a partir de presentado el reclamo de la persona afectada, de forma gratuita, con las mismas características, dimensiones y en el mismo espacio, sección u horario; las rectificaciones a las que haya lugar.

Art 26. Linchamiento mediático

Queda prohibida la difusión de información que, de manera directa o a través de terceros, sea producida de forma concertada y publicada reiterativamente a través de uno o más medios de comunicación con el propósito de desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública. La Superintendencia de la Información y Comunicación podrá disponer, previa la calificación de la pertinencia del reclamo, las siguientes medidas administrativas

Art 38. Participación ciudadana

La ciudadanía tiene el derecho de organizarse libremente en audiencias públicas, veedurías, asambleas, cabildos populares, consejos consultivos, observatorios u otras formas organizativas, a fin de incidir en la gestión de los medios de comunicación y vigilar el pleno cumplimiento de los derechos a la comunicación por parte de cualquier medio de comunicación, (Cordicom, 2017).

Factibilidad de la propuesta

Al proponer un guion radial sobre la producción de un programa radial enfocado en el fortalecimiento de valores será una apuesta novedosa donde muchos ciudadanos se sientan identificados con los problemas actuales que lidian en sus casas y no saben cómo solucionarlos.

El contenido del programa se basa en la ausencia de valores y como se refleja en la sociedad efectos y consecuencias en las personas y sobre todos los jóvenes quienes demuestran comportamientos hostiles cuando no tienen bases bien fundamentadas para distinguir lo que genera algún malestar a otras personas, la programación contara con manuales radiofónicos bien definidos con objetivos en cada programa de ser cumplidos llevando un mensaje positivo para que las personas se sientan identificados y se orienten a cambiar su forma de pensar y proceder en ciertas situaciones.

En un mundo globalizado donde la tecnología está a la vanguardia y al alcance de todos los valores han perdido fuerza mucho de estos casos se debe a la irresponsabilidad de los padres quienes delegan estas funciones a tercero evitando así pasar tiempo con sus hijos originando una cadena de acontecimiento pérdida de valores, falta de comunicación, quebrantamiento de las relaciones interpersonales para luego responsabilizar a la tecnología cuando la verdadera educación empieza en casa.

El programa radial que se presenta es un programa fresco innovador entretenido de opinión libre con invitados que nos darán sus puntos de vista acerca de los diversos temas que serán tratados estará conducido por dos presentadores será transmitido una vez por semana y se aceptaran llamadas y mensajes para dar que den sus comentarios y sugerencias y que temas más le agradaría que se traten en la emisión radial.

Impacto social

Se espera que con la temática presentada a través del programa radial y los temas que serán tratado el programa repercute en la conducta autodestructiva de muchas personas que carecen de valores éticos morales y que se pueden concientizar llevar a la reflexión y demostrar que mediante una buena orientación podemos cambiar nuestra manera de proceder en diversas situaciones.

Al fortalecer los valores a través de esta herramienta comunicativa se aporta con el desarrollo de una sociedad más equitativo justa porque la falta de valores no solos ve reflejado en la familia si no en todo el entorno laboral, educativo y social.

Conciente del liderazgo y ventajas que tienen la tecnología se aprovecharan estos beneficios para inculcar recordar valores que son parte de nuestro entorno como el respeto hacia los demás, el amor hacia nosotros mismo, la justicia por la cual existe tanta desigualdad, la solidaridad y aceptación hacia los demás son parte esenciales de nuestras vidas que no permitirán a ser más consientes y responsables en nuestras acciones.

Análisis técnico

El análisis técnico de la propuesta nos permitirá determinar quiénes se involucran en la producción, el desarrollo del guion, producción, dirección, para que de esta manera se lleve un estricto control de cada etapa de la producción del programa radial, el mismo que estará bajo supervisión de un director encargado que todo salga bien dando la importancia necesaria que se desarrollen cada uno de los pasos y ofrecer al público un programa de calidad considerando el respeto que se merecen.

La propuesta que se presenta tendrá un formato bien dirigido con objetivos claros presentando sus pros y contras que puede concebir a futuro para el desarrollo de la idea se llevará su formato a las diferentes emisoras para que consideren la idea de proponer una dinámica entretenida fresca y salir de lo cotidiano que es el brindar algún tipo de música sin ningún mensaje al final.

Importancia de la radio en el contexto social

Los medios de comunicación social se han convertido en estos tiempos, sin duda alguna, en instrumentos de gran importancia para la formación y la educación de los individuos en la sociedad. Quiérase o no, su influencia es muy grande, como lo es también su enorme poder de fascinación. Es indudable que los conceptos de cultura y de educación tradicional han quedado totalmente desfasados. La nueva cultura gira, en torno del mundo de la comunicación y de la intercomunicación.

En prensa, la televisión y fundamentalmente, en radio, la información, opinión, mensajes e ideas que se transmiten, se eligen en el marco de un sistema de valores. Esta transmisión cultural de los valores socialmente aceptados se traslada al medio escolar en forma de un tratamiento didáctico contando con un espacio reducido para su tratamiento.

Valores y contravalores sociales han coexistido en el ámbito educativo, provocando un desequilibrio en la personalidad de cada individuo que conforma la familia; además de que, en el ámbito social, en cambio, se “valora” sobre todo el consumismo; el triunfo personal y social a cualquier precio, y la falta de respeto a otras personas

Frente a esta contradicción evidente entre valores educativos y contravalores sociales, se deberá estudiar los valores que la familia debe tener y practicar en su hogar, valores como respeto, obediencia, fidelidad, comunicación, tolerancia, paciencia, amor, perdón, responsabilidad y más que serán analizados para determinar realidad social, conocerla y examinar críticamente, actuando decididamente con una intervención educativa en favor de la modificación y mejora de los valores asumidos socialmente. Los medios de comunicación, como instrumentos sociales de difusión y control de la información y opinión, y, por lo tanto, de la transmisión cultural de los valores dominantes, son también los instrumentos educativos para conocer la realidad social y analizarla críticamente.

La historia educativa en Ecuador se ha escrito desde diversos puntos de vista y atendiendo distintos aspectos, el desarrollo tecnológico, el apoyo del gobierno, los programas institucionales y los alcances que ha tenido en procesos formativos, entre otros aspectos. Por lo anterior, sería poco útil un recuento detallado del desarrollo histórico de la radio educativa en nuestro país, esta reflexión va más en un sentido de la necesidad de revalorar la radio, primero como medio de comunicación y segundo como un medio que sigue siendo importante para la educación, considerando dos posibles modelos de radio educativa, a saber, la radio educativa formal y la radio educativo-cultural, (Díaz, 2016).

Viabilidad de la propuesta

La propuesta planteada es viable, ya que se la puede realizar y es posible lograrla luego de conocer los resultados obtenidos en la investigación, lo cual nos llevó a dar la iniciativa de elaborar un programa radial de fortaleciendo de valores para que sea transmitido en alguna emisora del cantón y que llegue hasta la comunidad sancarleña del sector 3 de noviembre, de forma que aporte con el fortalecimiento y preservación de las prácticas axiológicas de las familias

Este programa contará con la reproducción necesaria, con la cual se podrá conocer de manera detallada el formato de fortalecimiento de valores a implantarse, mismo que servirá de modelo para las radios que gusten insertarlo en su programación.

Factibilidad Humana

Esta propuesta es factible ya que, nuestra que los habitantes del sector 3 de noviembre de la parroquia San Carlos cuenta con comunicadores sociales especializados que han estudiado por largo tiempo para obtener su título, aunque que en la actualidad algunos no trabajan en un medio de comunicación y tienen el tiempo disponible para colaborar con la emisión del plan piloto. Si se toma en cuenta la cantidad de profesionales y egresados y se le permite dar ideas claras, seguro ayudarían en la emisión de este programa.

Factibilidad Económica

Este plan piloto planteado se lo puede realizar, colaborando en la locución, edición, y más actividades que el medio solicite; también se pedirá la colaboración de empresas públicas y privadas que estén interesadas en colaborar con esta propuesta radial. La siguiente propuesta consta de un guion, en el cual se precisan horarios, días y el contenido a transmitirse. De esta manera se dio la creación del programa, (Díaz, 2016).

**GUÍA ESTRATÉGICA PARA LA
PRODUCCIÓN DE UN PROGRAMA
RADIAL DE FORTALECIMIENTO DE
VALORES DIRIGIDOS A LA COMUNIDAD
SANCARLEÑA.**



**AUTORA
ELINA ELIZABETH TORRES MANRIQUE**

Estructura del programa

Nombre del programa

EL programa radial tiene de nombre “Enfoque a la Familia” dado su temática se buscó un nombre que el público lo pueda relacionar de forma inmediata con un tema social de que se va a hablar, se tendrán invitados especiales, se realizaran entrevistas dando un espacio para que el público realice llamadas mensajes e interactúe con los invitando a fin de que puedan despejar dudas y ayudarlos a resolver sus problemas.



Fuente: Habitantes del sector 3 de noviembre
Elaborado por: Elina Torres

Contenido del programa

El programa tiene un contenido educativo involucrándose en los temas sociales que están causando mucho de qué hablar como es la falta de valores, la adicción a la tecnología, la tolerancia por la diversidad de géneros entre muchos que les permita a quienes padecen este tipo de inconvenientes encontrar soluciones adecuadas orientándolos a tomar buenas decisiones enfocadas siempre en el ámbito familiar. (Díaz, 2016).

Estructura del programa por segmentos

Tipo de programa: Enfoque a la Familia

Medio de Comunicación: pendiente

Duración: Una hora

Frecuencia de emisión: jueves

Hora de emisión: 10H0

DESARROLLO	TIEMPO PARCIAL	TIEMPO TOTAL
	PRIMER BLOQUE	
Intro del programa, pregrabado y cortina	05:00	05:00
Saludo en vivo de los locutores	10:00	15:00
Pausa musical	04:00	20:00
Identificación del programa	01:00	21:00
Desarrollo del tema:	10:00	31:00
Pausa publicitaria	01:00	34:00
	SEGUNDO BLOQUE	
Identificación del programa	01:00	35:00
Continuación del tema:	10:00	45:00

Pausa musical	03:00	48:00
Nota curiosa	03:00	51:00
	TERCER BLOQUE	
Identificación del programa	01:00	52:00
Culminación del tema	05:00	57:00
Otro pregrabado del programa	02:00	59:00

Fuente: (Díaz, 2016).

Elaborado por: Habitantes del sector 3 de noviembre

Preproducción del programa piloto

Tipo de programa	Educativo de índole social
Nombre del programa	Enfoque a la Familia
Genero	Educativo y recreativo
Genero de contenido	Generó informativo y de entretenimiento dando a conocer la importancia de los valores que debe tener cada persona
Objetivo	Enseñar a los habitantes del sector 3 de noviembre de la parroquia San Carlos la importancia de educar en valores y como nos ayuda en nuestra vida cotidiana el respeto, justicia y amor por los demás
Tiempo de duración de cada programa	Una hora
Público al que va dirigido	Personas de todas las edades

Audiencia	Acto para ser escuchado para todo público pues su temática es de índoles educativa
Edades	Entre 5 a 80 años
Ubicación geográfica	San Carlos cantón Quevedo
Grupo social	Toda clase social, etnia, raza cultura o religión
Contenido	Este programa está definido en fortalecer los valores como el respeto, la justicia la tolerancia entre muchos mas
Recursos	Voz, música, efectos y sonidos
Voz del programa	La presentadora El presentador Música de cortina por cada segmento al inicio o al final del programa
Colaboradores	Elina Torres Presentador

Fuente: Habitantes del sector 3 de noviembre
Elaborado por: Elina Torres

Planificación de temas a ser tratados en el programa

Guion	TEMAS
1.-	La pérdida de valores
2.-	¿Qué es la tolerancia para usted?
3.-	¿Como tratamos a nuestros prójimos?
4.-	¿Como educamos a nuestros hijos en valores?

5.-	Respetando los derechos de los demás
6.-	¿Qué es la integridad?
7.-	Justicia y paz como aplicarla en el mundo actual
8.-	Como puedo ser más responsable
9.-	El valor de la amistad
10.-	Nuestra honestidad
11.-	Como dar amor a los demás
12.-	Generosidad y esperanza

Fuente: Habitantes del sector 3 de noviembre
 Elaborado por: Elina Torres

Guion del programa radial “Enfoque a la Familia”

Control	Diálogo	Tiempo
Control	Presentación pregrabada del programa y cortina musical	05:00
Presentadora: Elina Torres	Que tal amiga y amigo, es un gusto saludarle en esta mañana y te damos la bienvenida a este tu programa Enfoque a la Familia junto a ustedes estaremos compartiendo los temas más relevantes para fortalecer nuestros valores damos paso a nuestro compañero.	49”

Presentador: Julio Ávila	Así es mi querida Elina como están amigos de donde nos escuchan hágannos saber mandado su mensaje por el whatsapp tendremos invitados importantes que nos darán su opinión del tema por cierto Elina dinos que tema trataremos hoy en día.	15”
Elina Torres	Bueno amigos que nos escuchan hoy trataremos un tema en general que es muy preocupante para toda la sociedad como es la “Pérdida de Valores” conoceremos sus causas, efectos para que muchos adultos y sobre todo jóvenes estén perdiendo sus valores es un tema que nos debe preocupar a todos imaginemos no una sociedad sin valores es un apocalipsis no hay amor respeto para los demás, pero de esto continuaremos hablando luego de nuestro primer corte comercial y volvemos.	39”
Control	Pausa publicitaria	10”
Julio Ávila	Ya estamos de vuelta amigo con su programa “Enfoque a la familia” porque la familia es lo más importante nuestro	

	<p>motor para salir adelante nuestros padres, hijos, hermanos somos una sola familia por lo tanto tenemos cuidar ese lazo que no se rompa no es así Elina</p>	
Elina Torres	<p>Así es Julio nuestra familia es parte de nuestro desarrollo pero que pasa cuando los valores familiares se van perdiendo el respeto por nuestras familias nuestra falta de amor, nuestra responsabilidad nos volvemos cada día menos tolerantes y se desarrolla un caos interno hemos preparado un video que expresa los efectos que tienen la falta de valores en la sociedad que pasa ahora con este problema escuchémoslo y saquemos nuestra propia opinión</p>	51”
Control	Video documental de audio	9”
Julio Ávila	<p>Que interesante este tema es que todo lo que escuchamos en el video es cierto amigos hoy en día podemos ver a jóvenes y adultos que no asumen responsabilidades con su familias con ellos mismo viven de la caridad de las personas del estado porque no</p>	37”

	<p>les agrada enfrentarse a la realidad, son personas rebeldes pero una rebeldía sin causa porque se apartan de la sociedad por decisiones de ellos mismo incluso por adicción de alguna sustancia psicoactivo que les causa un daño físico moral irreparable en sus vidas y en todo su entorno dinos tú qué opinas Elina.</p>	
Elina Torres	<p>Así es julio la pérdida de valores constituye un daño irreparable como podemos tratar con personas que no tienen la calidad moral del respeto, la honradez, o que nos briden una falsa amistad creo yo que aún no se están perdiendo todos, pero vamos a un abismo cuesta abajo que es necesario tomar los correctivos necesarios y reflexionar analizándonos como personas y ayudando a los demás que de eso se tratan los valores, pero volvemos después de escuchar a nuestros auspiciantes con otro video que nos dice porque se están perdiendo los valores cual es la raíz del problema ya volvemos no se vayan para las preguntas en vivo con julio</p>	50''

Control	Pausa publicitaria	15''
Julio Ávila	Ya estamos de regresos amigos vamos a escuchar a hora un video cual es el origen que ocasiona que muchas personas no tengan bien fundamentado los buenos valores que todos debemos practicar escuchemos.	20''
Control	Video documental de audio	25''
Elina Torres	Amigos como escuchamos este video donde nos explica cómo se originan que se inculque valores en lo que estamos de acuerdo es que se origina en casa son los padres los principales responsables de la crianza y control de sus hijos no podemos delegar responsabilidades a terceros y luego buscar psicólogos o echarle la culpa al internet que es lo que está de moda hoy en día pasemos con julio a recibir mensajes y llamadas sobre el tema que estamos tratando	49''
Julio Ávila	Estoy de acuerdo contigo no podemos delegar responsabilidades cuando somos nosotros como padres el poder corregir a nuestros	12''

	hijos vamos a ver los mensajes que témenos al aire y mediante mensajes	
Control	Mensajes y llamadas en vivo	48''
Julio Ávila	Bueno amigo espero le hayamos ayudado vamos a un corte comercial luego seguimos con Elina y nuestra invitada la psicóloga Elsa Ramos que nos dará su punto de vista especializado en el tema que estamos tratando, no se vaya ya volvemos	13''
Control	Pausa publicitaria	30''
Elina Torres	Ya estamos de vuelta amigos ahora le damos la bienvenida a la doctora Elsa Ramos que nos dará más claridad del tema que estamos presentando no sin antes olvidarnos que estaremos recibiendo llamadas en vivo sobre todas sus dudas bienvenida doctora.	19''
Psicóloga	Como están un saludo cordial muchas gracias por la invitación que me han realizado para mi es un gusto compartir con ustedes	25''

Elina Torres	Doctora yo tengo una pregunta porque se están perdiendo los valores hoy en día que influye	51''
Psicóloga	Considero que es por muchos factores que se originan en casa es lamentable que los padres hoy en día tengan tiempo para todo menos para cuidar a sus hijos vivimos en una sociedad materialista donde el dinero es más importante que la familia	18''
Julio Ávila	Yo tengo una pregunta que medidas podemos tomar ante este tipo de problemas como repararlo	28''
Psicóloga	Se puede hacer mucho es un trabajo en conjunto de todos los gobiernos, los sistemas de educación, los medios de comunicación desarrollar una cruzada con objetivos claros concientizando a la población del rumbo que estamos tomando	19''
Elina Torres	Cree usted que ya sean perdidos todos los valores	21''
Psicóloga	Claro que no si fuera este mundo sería un caos	

	tendríamos miedo de ir a trabajar ir a una institución a dejar a nuestros hijos permaneceríamos en nuestros hogares encerrados	
Julio Ávila	Considera usted que la influencia de la tecnología ha tenido que ver con la pérdida de valores	20''
Psicóloga	Si un poco pero solo removieron lo que ya estaba ahí ahora se sataniza a los medios de comunicación el internet las redes sociales como las grandes culpables cuando no es así el problema señores empieza en casa como los padres que tenemos la responsabilidad de administrar a nuestros hijos	37''
Elina Torres	Doctora vamos a escuchar llamadas en vivo que tenemos en espera y a contestar mensajes pedimos mil disculpas que no hemos podido recibir todas las llamadas, pero se hará una segunda parte y tendremos de invitada a nuestra doctora Elsa Ramos	41''
Control	Mensajes y llamadas en vivo	45''

Julio Ávila	Amigos agradecemos a nuestra psicóloga Elsa Ramos por poder ayudarnos dando su punto de vista y contestando todas las preguntas de esta manera despedimos a nuestra querida doctora y amiga volvemos después de esa corte comercial con la parte final de nuestro programa	22”
Control	Pausa publicitaria	45”
Elina Torres	Hemos llegado a la parte final de nuestro programa amigos no sin antes agradecerles por su sintonía en llamadas y mensajes dándonos sugerencia de temas a ser tratados muchas gracias volveremos el próximo jueves con un segmento nuevo	15”
Julio Ávila	Así es amigo el tiempo ha pasado muy rápido y nos despedimos agradeciéndoles su sintonía nos volveremos a encontrar la próxima semana con un tema nuevo chao...	13”

Fuente: Habitantes del sector 3 de noviembre
Elaborado por: Elina Torres

4.4 Resultados esperados de la alternativa

Se espera que con la propuesta presentada se logre desarrollar y fortalecer los valores familiares en los habitantes del sector 3 de noviembre de la parroquia San Carlos en quienes se vio reflejado que la falta de valores induce al des conformismo con la sociedad actual creando patrones de conducta autodestructivos para ellos y para la sociedad.

La propuesta radial se presenta como una alternativa nueva fresca dinámica tratando temas actuales con invitados especiales que contestaran las preguntas y mensajes que serán realizados en vivo el programa radial se dividirá en segmentos donde se escuchara de documentales acerca de investigaciones y los efectos que tiene sobre cada tema.

El objetivo del programa radial es ayudar con información educativa social que se aun aporte al conocimiento de las personas las cuales se orienten en tomar decisiones en las cuales ellos se beneficien y favorezcan a sus familias

Bibliografía

Arteaga, C., Martínez, C., Medel, N., & Piña, H. (2016). La Radio como Medio para la Educación. Panama: razon y palabra.org.

Benard, F. (2017). La radio teoria y practica Jose. Honduras: www.academia.edu.

Benjamín, F. (2016). Razón y Palabra. Ecuador: Universidad de los HemisferiosEcuador.

Campo, D. (2016). La importancia de la radio. Lima: danielocampo.wordpress.com.

Carena, S., Grasso, L., & Pisano, M. (2017). Valores en la juventud cordobesa: Una exploración en estudiantes del último año de la escuela media. Argentina: /www.oei.es.

Cobo, J. (2015). La radio y el desarrollo de competencias para la convivencia social: una propuesta didáctica . Venezuela: Ministerio del Poder Popular para la Educación, Venezuela.

Colombo, D. (2018). Qué son los valores, y cómo identificar los que definen tu vida? Lima: ww.gestiopolis.com/que-son-los-valores-y-como-identificar-los-que-definen-tu-vida.

Crespo, G. (2015). Propuesta de un programa radial como aporte social y cultural dirigido a jóvenes de 15 a 20 años de la ciudad . Ecuador: Universidad del Azuay.

Cruz, M., Blanco, J., & Grimaldo, J. (2018). Valores en la familia y su impacto en la sociedad. Investigación. . 2017: gestiopolis.com.

Diariovasco. (2016). Medios de comunicación y transmisión de valores. Peru: .diariovasco.com.

- Díaz, P. (2018). Radio de interés público y comunitaria. Colombia: www.academia.edu.
- Educapeques.com. (2019). Claves para educar en valores en familia. Colombia: [.educapeques.com](http://educapeques.com).
- Educaweb. (2016). Los medios de comunicación y la educación. Panamá: .educaweb.com.
- Eldiario. (2016). Los valores. Colombia: eldiario.ec/.
- Elmundo. (2016). La radio, un aliado de las TIC . Colombia: [el mundo. com /portal /vida /tecnologia /la_radio_un_aliado_de_las_tic.php](http://el_mundo.com/portal/vida/tecnologia/la_radio_un_aliado_de_las_tic.php).
- Eugenia de la A. (2015). Programa radial de orientación educativa para el fortalecimiento de valores dirigido a la comunidad del cantón la libertad, año 2012. Ecuador: universidad estatal península de Santa Elena .
- Europa. (2018). Influencia de los medios de comunicación: causa de exclusión social. España: [/europa.eu](http://europa.eu).
- Higuero, J. (2018). El problema de la radio: pierde progresivamente su influencia entre los jóvenes. España: menzig.es/a/jovenes-radio-influencia/.
- Jhoselyn. (2017). Antivalores. Buenos Aires: [/antivaloresdepl46.blogspot.com/](http://antivaloresdepl46.blogspot.com/).
- Maldonado, H. (2015). Estudio de factibilidad para la creación de una emisora de radio en FM, con servicio virtual y publicidad a través del sistema de transmisión digital RDS, ubicada en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. Ecuador: Universidad Técnica del Norte.
- Martínez, M. (2016). Los valores de la juventud. Argentina : .telefonoesperanza.com.
- Mega, P. (2017). Proyección de un programa de radio. Barcelona: .academia.edu.
- Menzig. (2017). El problema de la radio: pierde progresivamente su influencia entre los jóvenes. Canadá: menzig.es.

- Mintic. (2016). Sector de la radiodifusión sonora/ clasificación de las emisoras. Paraguay: .mintic.gov.co.
- Miravalles, J. (2016). Educación en Valores/Características de los Valores Sociales. Nicaragua: .javier Miravalles.es.
- Morales, J. (2015). Técnicas de persuasión en los medios de comunicación. . Brasil: .gestiopolis.com/tecnicas-persuasion-medios-comunicacion/.
- Nicuesa, M. (2015). Tipos de valores. Mexico: psicologia-online.com/.
- Ramos, P. (2019). Políticas de Programación Radiofónicas. España: www.academia.edu.
- Robles, F. (2016). Importancia de los Valores en la Sociedad. Mexico: <https://www.lifeder.com/>.
- Roman, L. (2016). Libro Periodismo Radial I.pdf. Colombia: academia.edu.
- Salgado, G. (2019). La importancia de la educación en valores en la formación de las nuevas generaciones. Colombia: www.revistapensamientolibre.com.
- Silva, L. (2015). “La programación de la radio js 106.9 fm y su orientación social en los oyentes. Ecuador : universidad técnica de cotopaxi .
- Valverde, J. (2016). Sistematización radio. Colombia: academia.edu.