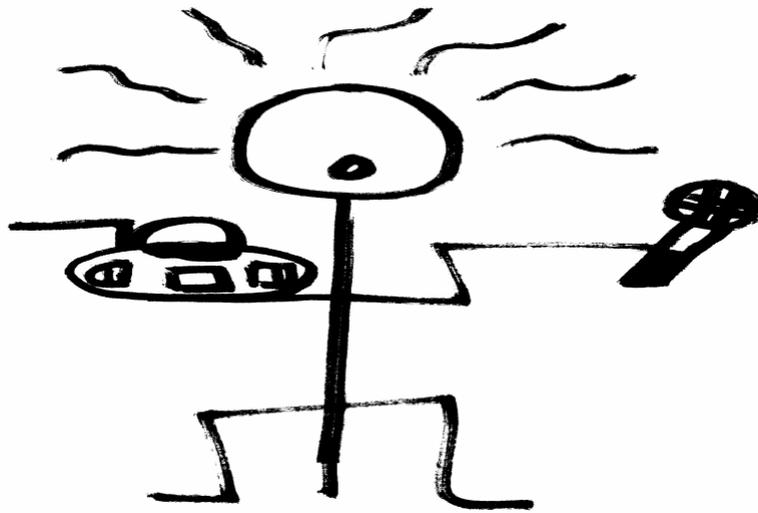


UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

ESCUELA DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

*TESIS: PROPUESTA INOVATIVA DE DESARROLLO: EJECUCIÓN Y
SISTEMATIZACIÓN DEL PROYECTO DE RADIO ALTERNATIVA DE
CIRCUITO INTERNO EN LA UNIDAD EDUCATIVA MUNICIPAL
QUITUMBE (U.E.M.Q.)*



LEONARDO BUITRÓN – TANIA PULLAS

TUTOR: MIGUEL ANGEL SOTO

QUITO, MAYO DEL 2004

INDICE

AGRADECIMIENTOS & DEDICATORIA

INTRODUCCIÓN.....	9
-------------------	---

CAPÍTULO I: PLAN DE LA PROPUESTA INNOVATIVA DE DESARROLLO: EJECUCIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DEL PROYECTO DE RADIO ALTERNATIVA DE CIRCUITO INTERNO EN LA UNIDAD EDUCATIVA MUNICIPAL QUITUMBE (U.E.M.Q.)

1. Antecedentes.....	10
2. Planteamos el Problema a Resolver.....	14
3. Justificación.....	16
4. Objetivos.....	17
5. Marco Teórico.....	18
6. Plan Operativo.....	29
7. Metodología.....	31
8. Cronograma de Trabajo.....	32
9. Caracterización de Beneficiarios.....	33

CAPÍTULO II: COMUNICACIÓN, MEDIOS DE COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y APLICACIONES.

1. ¿Qué es la Comunicación?.....	39
2. Teorías y Escuelas de la Comunicación.....	40
3. Medios de Comunicación Masiva.....	43
4. ¿Qué es la Radio?.....	
4.1 Breve Reseña Histórica.....	45

4.2 Importancia de la Radio.....	51
5. Educación.....	54
6. Educomunicación.....	66

CAPÍTULO III: COMUNICACIÓN ALTERNATIVA.

1. Comunicación Alternativa.....	73
2. Radio Alternativa.....	75
3. Radio Ciudadana.....	76
4. Radio Educativa.....	78
5. Radio Popular.....	80
6. Radio Comunitaria.....	82
7. Análisis de la Radio Comercial.....	
7.1 Evaluación de la Programación.....	83
7.2 Análisis de Radio Centro.....	
7.2.1 Políticas.....	86
7.2.2 Posicionamiento.....	90
7.2.3 Manejo Institucional de la Emisora.....	93
7.2.4 Proximidad con el Público.....	94
7.2.5 Estudio Técnico del Programa de Radio “A toda Música”.....	94
7.2.6 Estudio Técnico del Programa de Radio “Ritmhablando”.....	96

CAPÍTULO IV: NATURALEZA DEL PROYECTO.

1. Descripción General del Proyecto.....	99
2. Fundamentación o Justificación.....	100
3. Marco Institucional.....	101
4. Objetivos Específicos.....	103
5. Metas.....	104
6. Beneficiarios.....	105
7. Productos.....	106
8. Localización y Cobertura Espacial.....	107

CAPÍTULO IV: SISTEMATIZACIÓN.

1. Diagnóstico.....	110
1.1 Encuestas.....	119
1.2 Entrevista Master Gorky Gómez – Rector U.E.M.Q.....	119
1.3 Conclusiones del Diagnóstico.....	119
2. Talleres de Capacitación.....	
2.1 Plan de Talleres de Capacitación.....	120
2.1.1 Objetivos.....	121
2.1.2 Contenidos.....	122
2.1.3 Metodología de Enseñanza.....	128
2.2 Sistematización de los Talleres de Capacitación.....	128
2.3 Sistematización de la Experiencia de la Instalación e Inauguración de Radio Estridente.....	141
2.4 Sistematización de la Programación de la “Radio Estridente”.....	144

CAPÍTULO VI: PROPUESTA PARA LA ADMINISTRACIÓN Y MANUTENCIÓN DEL PROYECTO DE RADIO INTERNA EN LA U.E.M.Q.

1. Organización.....	145
2. Autogestión (Ingresos y Publicidad).....	151
3. Equipos Técnicos.....	152
4. Capacitación (Actualización).....	153

CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Conclusiones.....	154
2. Recomendaciones.....	156

ANEXOS.....	158
--------------------	------------

DEDICATORIA

“Y el Dios de la esperanza os llene de todo gozo y paz en la fe, para que abundeis en esperanza.....” *Romanos 15:13*

A mis padres, Julia y Manuel, que han sido mis consejeros y amigos gracias por estar siempre a mi lado y por ser tan maravillosos.

A mis herman@s Patricio, Marco, Linda y Carlos que han sido un verdadero ejemplo de honradez, voluntad y esfuerzo esta dedicado este proyecto y cada uno de mis esfuerzos de superación.

A mis sobrinas Gipsy, Tatiana y Shalom espero ser un ejemplo para que sepan que los sueños se cumplen.

A mis amig@s gracias por su paciencia porque me dieron aliento cuando más lo necesité.

Tania Ximena

Versos de vida

Pase mucho tiempo sumergido en la nada

Creyendo soñar con demasiadas ilusiones

Demasiadas estrellas, difíciles de alcanzar

Que se destruyeron al llegar

He tenido que bajar del cielo

Y pisar el suelo

Para comenzar a construir mi castillo

De piedra en piedra

Talvez he caído muy duro

Y pase mucho tiempo sin poder levantarme

A veces necesite un aliento

Una palabra de amor

Un beso, una mano

Un hombro para llorar

Para deshogar mi impotencia ..

*Todo esto lo tuve a mi alcance por parte de mis padres, herman@s, mi esposa y mi
compañera de Tesis, siempre habrá con quien contar a mi lado
Pero fueron mis fuerzas, mi voluntad, que me hicieron reaccionar*

Y de un salto volver a encontrar

El sueño perdido

Salir del hueco profundo

Y volver a cantar e imaginar

Que pueda ser realidad

Esta Tesis un pequeño paso

Del camino que falta por andar

Para mi vida completar

Y saber lo bueno que es dar.

Rafael Leonardo

AGRADECIMIENTO

El proyecto de Radio Estridente, es el fruto de muchas horas de esfuerzo y dedicación a una meta, que compartimos con ustedes en cada una de las siguientes páginas.

A todos y cada uno de los chic@s de la U.E.M.Q. mil gracias por compartir nuestro sueño y ayudarnos a hacerlo realidad.

Al Master Gorky Gómez, Rector de la U.E.M.Q., gracias por abrirnos las puertas de la institución y hacerla sentir como parte de nuestra vida.

A nuestros profesores un profundo agradecimiento por los conocimientos impartidos y por los consejos compartidos en nuestro camino.

A nuestros/as compañer@s todos nuestros mejores recuerdos de las aulas, los corredores y bares universitarios en donde aprendimos cátedras extras, muy útiles para el día a día.

Y a todos lo que creyeron y no creyeron en nosotros, gracias por estar pendientes porque de una u otra forma fueron un estímulo.

INTRODUCCION

Al comenzar a describir que es lo que vamos a hacer en esta tesis podemos decir primero que escogimos hacer una propuesta alternativa de desarrollo o un proyecto ejecutable, porque nos interesaba palpar la realidad en cuanto al trabajo de la radio desde un punto de vista diferente, con un plano educativo de desarrollo, haciendo valer lo que tanto nos enseñaron.

La presente tesis tiene una clara planificación, la misma, que se muestra en el anexo 1 con mayor detalle y explicación. Pero es importante señalar que dentro de los antecedentes hemos destacado lo sucedido en experiencias de radios comunitarias y un proyecto interno de nuestra universidad (Radio Nómada); enunciando como problema a resolver la desinformación y desintegración que existe en una institución educativa entre autoridades, docentes y estudiantes.

Nos hemos trazado objetivos concretos como:

- ✓ Ejecutar y sistematizar el proceso de instalación y desarrollo del proyecto de radio interna en la Unidad Educativa Municipal Quitumbe, para generar una propuesta alternativa de comunicación integral radial que ayude a un desarrollo personal.

- ✓ Capacitar con los conocimientos de comunicación y radio a los jóvenes y adolescentes beneficiarios del proyecto.

Como los más destacables (Capítulo 1, objetivos generales y específicos).

El marco teórico ha sido compuesto por teorías y lecturas revisadas en el trascurso de nuestro paso por las aulas universitarias, y que tienen influencia directa dentro del proyecto.

Nuestra metodología es a través de la investigación hermenéutica y hemos utilizado técnicas como:

- ✓ Talleres de capacitación en conocimientos básicos de radio y en desarrollo personal de niños y adolescentes, de acuerdo con su realidad.

- ✓ Encuestas y entrevistas: que nos ayuden a hacer un diagnóstico de la realidad de los niños y adolescentes, así como de las autoridades y profesores del centro educativo para saber de que manera aplicar el proyecto.

(Metodología: el camino a seguir, ver capítulo 1.)

A todo lo anteriormente nombrado, le añadimos una caracterización de los beneficiarios, para observar de que manera y cómo el proyecto gratifica a los estudiantes y demás integrantes de la UEMQ.

A lo largo de esta tesis hemos hecho un trabajo práctico e investigativo teórico que ha enriquecido nuestro aprendizaje y nos ha dado muchas mas herramientas para el ejercicio profesional de la carrera.

Siempre es importante comenzar con una planificación el proceso para la ejecución del proyecto, esto nos da una base y una guía de por donde debe empezar el camino aclarando dudas e inquietudes que se tenía en un principio.

Iniciamos la tesis con una revisión teórica e histórica de la comunicación, las teorías y escuelas de comunicación, medios de comunicación masiva para después adentrarnos en el misterioso mundo de la radio, su historia y su importancia. En el mismo capítulo tratamos acerca de la educación y la educomunicación como parte de las teorías que vamos a aplicar dentro de la tesis. Es un revisión de los principales conceptos que a lo largo de nuestra carrera han sido aprendidos, y van tener influencia dentro del proyecto.

Abordamos la Comunicación Alternativa. ¿Qué es? Sus características, y como toma parte en el proceso. La Radio en sus diferentes espacios, Radio Educativa, Radio Ciudadana, Radio Comunitaria, Radio Alternativa y Radio Popular. Que es cada una de ellas y como se las aplica en realidad. La Radio Comercial y un análisis comparativo del trabajo en una radio comercial con respecto a lo que vamos a hacer dentro del proyecto.

En el siguiente capítulo describimos la naturaleza del proyecto profundizando en lo que se quiere llegar a ejecutar con el proceso, desde el recurso técnico hasta el humano.

La sistematización de aquellos procesos que nos han servido de apoyo para la ejecución final, desde el momento del diagnóstico, los talleres de capacitación y el momento mismo de la instalación, elaboración de la programación y ejecución del proyecto.

Un proyecto no puede solo quedar ejecutado momentáneamente, es por ello que realizamos un capítulo con la propuesta para la mantención del proyecto en la Unidad Educativa Municipal Quitumbe tomando como punto de partida cuatro ejes: organizativo administrativo, autogestión, equipo técnico, capacitación-actualización y recurso humano.

La tesis que les presentamos a continuación es el fruto no solo de lo aprehendido durante nuestros cuatro años de carrera en las aulas y en los pasillos, con nuestros profesores y compañeros; es también de una nueva experiencia con adolescentes que nos han dado otra perspectiva de la vida, que nos han enriquecido en lo humano y también en el ejercicio profesional, y una alternativa de comunicación que ponemos a su consideración.

CAPITULO I: PLAN DE LA PROPUESTA INNOVATIVA DE
DESARROLLO: EJECUCIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DEL
PROYECTO DE RADIO ALTERNATIVA DE CIRCUITO
INTERNO EN LA UNIDAD EDUCATIVA MUNICIPAL
QUITUMBE (U.E.M.Q.)

1. ANTECEDENTES:

Cuando las ideas se divulgan se pierden en el aire, o son tomadas por aquellos que pueden hacer los sueños realidad. Si nos creemos dueños de nuestras ideas y las guardamos en secreto para nosotros solos; talvez no pasará de ser palabras y nunca se traducirán en acciones. Necesitamos de un trabajo de equipo, de un grupo de gente en la que podemos confiar y trabajar con ellos con ética y honestidad. Así es como los sueños se hacen realidad.

Nace y se propaga la idea de radios internas o de radios de onda corta; con la implementación de radios comunitarias, como la radio Sutatenza en Colombia, "La tribu" de Argentina una radio universitaria dirigida a un público semillero del arte. Esas propuestas no pueden servir más que de un ejemplo ya que nuestro contexto es diferente y el público al que este dirigido tiene otras características.

También tenemos que mencionar a la experiencia de Radio Nómada, de frecuencia interna en la UPS sede el Girón, (durante la gestión de Leonardo Buitrón como Director de ese proyecto), se tenía la visión de extender el proyecto hacia la UPS del campus Sur, Kennedy en Quito y la sede Cuenca; además de agruparse con radios internas que estaban siendo creadas en la UDLA y la Politécnica Nacional; hacer una red de comunicación que puede presionar para una frecuencia FM. Pero al terminarse esta gestión, la radio decidió ganar más fuerza internamente, las relaciones se rompieron y las personas mencionadas continuaron con el proyecto de radio en la UPS del campus sur y sede Cuenca de forma separada junto con las Asociaciones de estudiantes de las respectivas sedes. Propuesta que no tuvo eco en las Autoridades, por mal uso de dicha radio.

El problema a resolver, en este caso, es la desinformación y desintegración que existen entre estos estamentos y los estudiantes para después tratar dentro de los programas de comunicación sus problemas como jóvenes y seres humanos de la sociedad. Al no existir la aprobación para aplicar el proyecto dentro de las instalaciones universitarias, y con la idea de que el proyecto no solo quede en propuesta que nunca va a pasar a la práctica, se hablo con las autoridades del Centro Educativo Quitumbe, para que se ejecute dentro de dicho plantel. Sabiendo que es una realidad diferente y que para lograr hacerlo con éxito hay que hacer un diagnóstico, y todo un proceso nuevo les presentamos el siguiente plan.

2. PLANTEAMOS EL PROBLEMA A RESOLVER:

Partiendo de las primeras evaluaciones, preguntas y reuniones que se ha tenido con los beneficiarios del proyecto, estudiantes de Unidad Educativa Municipal Quitumbe (UEMQ), se ha llegado a determinar que el problema en cuanto a que esperan ellos de un medio como la radio en el momento que se instale dentro del centro educativo; es que los estudiantes al no poseer un verdadero espacio para expresar sus ideas, opiniones y su realidad cotidiana familiar y estudiantil; esperan que la radio lo sea.

Las personas buscamos comunicar y comunicarnos lo que sentimos ante las cosas que pasan a diario en el colegio: Educación, Amistad, Relaciones interpersonales. Los problemas propios de su edad: Adolescencia, Sexualidad, Psicológicos, Interfamiliares, Drogadicción, Alcoholismo. Consecuencias de problemas nacionales como: Migración, Pobreza, Político (apatía juvenil), Corrupción, etc.

La radio como medio tiene la obligación de informar, educar y entretener, es por ello que buscamos el estructurar una programación adecuada y acorde a todos los problemas mencionados que son parte del desarrollo personal de cada individuo y para la desmitificación de la radio como medio masivo necesitamos llegar a los individuos; siendo estos parte de los objetivos planteados dentro de nuestro proyecto. Nos proponemos sistematizar este proyecto en ejecución, porque en el proceso queremos dejar planteado nuestro interés por generar una comunicación que llegue de forma efectiva, es decir dar conocimiento, que el medio de comunicación no llegue solo a las masas sino a cada una de

las personas; ubicándose en espacios pequeños y ayude a su desarrollo personal. Nuestro propósito a largo plazo es que el proyecto sea un antecedente, para que otras instituciones como universidades y colegios; además pequeños sectores de población, como los barrios de Quito, puedan aplicar proyectos semejantes en bien de la comunidad.

El problema sería planteado de la siguiente manera: los medios de comunicación se han preocupado siempre de conquistar y homogeneizar una masa de gente, su cultura, sus gustos y su criterio. Negándole al individuo un verdadero desarrollo personal y condenándolo a vivir como público enajenado hacia la masa por lo que es necesaria una comunicación integral para llegar al individuo y lograr una verdadera interacción, en igualdades de condición (respetando las individualidades y las diversidades).

3. JUSTIFICACIÓN: ¿EL PORQUÉ?

Esta es una propuesta esta enmarcada a nuestra especialidad como Comunicadores Sociales para el Desarrollo con énfasis en Radio, ya que abarcamos un medio de comunicación, no masivo sino alternativo como es la Radio de frecuencia interna dentro de un Colegio. Queremos generar con esta tesis una propuesta con la cuál se pueda ayudar al desarrollo personal de los Jóvenes y Adolescentes beneficiarios de dicho proyecto.

Decidimos hacer una sistematización a la vez que estamos ejecutando el proyecto de Radio de frecuencia interna, en la Unidad Educativa Quitumbe. Ya que es de vital importancia la sistematización en la ejecución de un proyecto, como una forma de comunicar experiencias, praxis, sobre la cuál debemos reflexionar siempre, para cuidar nuestra intervención y

mejorar nuestras capacidades de comunicadores para el desarrollo. La sistematización nos ayuda a escuchar, a enfrentarnos con la realidad, con lo cotidiano, y lo que es mejor nos obliga a ser equipo en un proceso a cuidar de no caer en la sectorialidad, pues debemos considerar la intersectorialidad como enfoque integral para una gestión pragmática de los proyectos”. Así con esta recolección de información y su evaluación generar una propuesta que ayude al desarrollo personal no solo de los perceptores de la radio sino a proyectos semejantes que se quieran generar. Además se dejará sentadas las bases para convocatorias de nueva gente que se encargue del proyecto en cuál nos alejaremos y tendremos una visión externa que también es necesaria para la sistematización.

4. OBJETIVOS: ¿CUÁLES SON NUESTRAS METAS A LOGRAR?

Cuando las ideas no tienen fines, no se sabe por donde caminar. Los fines justifican los medios, las formas para llegar a concebir un sueño pueden ser innumerables; es por ello que nuestras principales metas a lograr son:

- Ejecutar y Sistematizar el proceso de instalación y desarrollo del proyecto de radio interna en la Unidad Educativa Quitumbe para generar una propuesta alternativa de comunicación integral radial que ayude a un desarrollo personal.
Donde allí se desprenden aquellos objetivos concretos y específicos que le dan sentido, y servirán para cumplir el mismo fin, como lo son:
- Desmitificar la idea que la radio es un medio de comunicación para los públicos y que puede llegar de manera alternativa y con equipos tecnológicos a los individuos.

- Analizar el trabajo que se hace en una radio comercial para compararlo con una propuesta de radio en espacios cortos.
- Capacitar con los conocimientos básicos de Comunicación y Radio a los Jóvenes y Adolescentes beneficiarios del proyecto.
- Plantear una propuesta de programación radial entretenida, educativa e integral que ayude al desarrollo personal.

5. MARCO TEÓRICO: LAS TEORÍAS QUE APLICAMOS

En el espacio de las palabras, lo que hablamos, lo que escribimos se puede perder en el aire como si no encontramos la forma de aplicarlas. Así mismo los libros, las teorías que tanto promulgan no tienen ningún sentido si es que no son plasmadas en propuestas como esta.

Vivimos en una época con rezagos de modernidad caracterizada por los principios liberales y neoliberales que buscan resaltar en nosotros el individualismo y la libertad, propuestos en el valor de la propiedad, el mercado y la acumulación de capital. Hablamos de una época en donde lo que se ha logrado por parte de la modernidad ha sido, muy claro y explicado por Canclini: “Ha habido emancipación en la medida en que nuestras sociedades alcanzaron una secularización de los campos culturales, menos extendida e integrada que en las metrópolis pero notablemente mayor que en los otros continentes subdesarrollados. Hubo una liberalización temprana de las estructuras políticas, desde el siglo XIX, y una racionalización de la vida social, aunque coexistiendo hasta hoy con un comportamiento y creencias tradicionales, no modernos.”¹ Es decir las categorías y objetivos plantados por la

¹ Canclini García Néstor, “*Culturas Híbridas*”, Segunda edición, Editorial Grijalbo, Buenos Aires - Argentina, 1995 330pp.

modernidad se han logrado en parte por eso hablamos de una modernidad no completa, o de una época con rezagos de modernidad.

Estos rezagos de modernidad se manifiestan en principios liberales y neoliberales de individualismo y propiedad como lo dice Bejar: “Para el liberalismo, el individuo se transforma en el principio político de organización; es el límite y la barrera ante el cuál el Estado debe detenerse”.² Pero este objetivo se ha logrado expandir más de una manera económica beneficiando al capitalismo reinante: “Se ha logrado expandir el deseo de los bienes y relaciones de producción pero no expandir la economía ya que la brecha entre pobres y ricos en América Latina cada vez es más grande.”³ “La conciencia y la propiedad privada se han convertido en baluarte de la individualidad y marcan el umbral de una esfera privada que el poder ha de respetar si quiere mantener su legitimidad moral”.⁴ De esta manera el sentimiento de propiedad se apropia de los individuos convirtiéndolos en una mercancía más del capitalismo y la modernidad.

El otro principio usado a favor de los mercados es la libertad que según su concepto original es: “La libertad es la capacidad de hacer lo que uno quiera; la felicidad, una caza desahogada en pos de cualquier objeto y se expresa como un continuo y ansioso deseo de poder que sólo cesa con la muerte”.⁵ Pero la libertad ha sido sobrepasada a otros campos como en los medios de comunicación: “El control transnacional sobre el total del mercado

² Bejar Helena, “*El Àmbito Íntimo*”, Editorial Paidós, España, Sin Año, 21pp.

³ Canclini García Néstor, “*Culturas Híbridas*”, Segunda edición, Editorial Grijalbo, Buenos Aires – Argentina, 1995 330pp.

⁴ Bejar Helena, “*El Àmbito Íntimo*”, Editorial Paidós, España, Sin Año, 41pp.

⁵ IDEM, 30pp.

de radio y televisión ha anulado la ventaja jurídica de que el estado se haya reservado la propiedad de los canales y frecuencias si las corporaciones privadas han obtenido, por la vía del equívoco régimen de concesiones, el uso y la explotación de esos peligrosos mecanismos de comunicación social. El problema central en este tipo de medios informativos y de comunicación, no está en la propiedad sino en el uso y control cultural, ideológico y financiero. De otra parte siendo la concesión un privilegio, lo que el Estado está transfiriendo no es simplemente un espacio para condicionar la conducta consumista o la posición ideológica o la posibilidad informativa de una sociedad, anulando el libre flujo de noticias. Por esta vía jurídica de las concesiones el estado ha antepuesto el concepto de libre empresa a los conceptos de libertad de expresión, libertad de información y libertad de opinión”.⁶ Entre los que esta incluido también el concepto de la libertad de mercado.

Estamos hablando de los principios más importantes de la modernidad como son la libertad y el individuo aquí encontramos también a la forma de gobierno llamada democracia basada en: “La creación de circunstancias en las que las personas puedan desarrollar sus potencialidades y expresar sus diversa cualidades. Un objetivo clave aquí es que cada individuo debe respetar las habilidades de los demás así como la capacidad para aprender y fomentar sus aptitudes”⁷. Es decir que dentro de un régimen en democracia cada persona tiene la oportunidad de demostrar sus facultades físicas e intelectuales. “La protección respecto del uso arbitrario de la autoridad política y del poder coercitivo. Esto presupone que se puedan negociar las decisiones en cierto sentido, por aquellos quienes afecta, incluso

⁶García Antonio, “¿Comunicación para la Dependencia o para el Desarrollo?”, Colección Intiyan, Quito - Ecuador, 1980, 109pp.

⁷Giddens Anthony, “La Transformación de la Intimidad”, Ediciones Cátedra, Madrid - España, 1995, 168pp.

si estas son tomadas por parte de la mayoría o minoría”.⁸ En democracia las decisiones son tomadas por la mayoría y aceptadas por la masa de la sociedad o son tomadas por los que poseen los poderes económicos y dispuestos a dominar la masa, lo cuál sería una contradicción contra el primer principio señalado. Pero si vamos hablar ya de medios de comunicación de masas; son estos los que se han preocupado en difundir esta ideología, ideologizando al individuo: “La ideologización es el resultado de ver el mundo desde la perspectiva específica de la sociedad a que se pertenece. La ciencia social o los medios de comunicación colectiva que la instrumentan y aplican desde la perspectiva peculiar, totalista y burguesa de una sociedad como la norteamericana, parten necesariamente de ella para dar su versión del mundo y de su propia realidad”.⁹

Estamos hablando de una gran difusión de información y de publicidad comercial: “El manejo de la publicidad por agencias transnacionales, en la nueva fase de modernización capitalista con posterioridad a la segunda post – guerra mundial, sólo conlleva una rápida implantación de la ideología consumista como fuerza motora de los mercados internos sino que aceleró el creciente control sobre los medios, con tecnologías más avanzadas y de más amplia cobertura de masas como es el caso de la radio y de la televisión.”¹⁰ La Publicidad tiene como principal actividad anunciar: “Anunciar es una actividad dirigida generalmente a la canalización de pautas de comportamiento o actitudes preexistentes; Rara vez trata de instalar nuevas actitudes o de crear pautas de conducta significativamente nuevas”.¹¹ Así la

⁸ IDEM, 168pp.

⁹ García, Antonio “*¿Comunicación para la Dependencia o para el Desarrollo?*”, Colección Intiyan, Quito - Ecuador, 1980, 212pp.

¹⁰ IDEM, 108pp.

¹¹ De Moragas Spa, Miguel; “*Sociología de la Comunicación de Masas*”, Editorial Gustavo Gili, 4ta Edición, Barcelona - España, 1994, 25pp.

Publicidad es parte de la formación de masa consumidora e implanta el deseo por la mercancía.

La paradoja de la modernidad es que en esta época es donde más se han propagado los medios de comunicación de masas y estos no consideran al individuo como una persona en especial sino como alguien más dentro de la masa llamada sociedad y es a ella, a la que hay que influenciar para que se manifieste dentro de su cultura y su vida cotidiana: “Los medios de comunicación de masa se han multiplicado y diversificado creando un sistema mundial de multiredes y multicanales provocando al mismo tiempo efectos de homogeneización y desestructuración cultural en todas las sociedades.”¹² “La manifiesta preocupación por las funciones de los mass-media se basa en parte en la observación válida según la cual tales medios han asumido la labor de lograr que los públicos masivos se amolden al “estatu quo” social y económico”. “Existe el peligro de que estos instrumentos de comunicación técnicamente avanzados constituyan una amplia avenida para el deterioro de los gustos estéticos y pautas culturales populares”.¹³

Los medios de comunicación no solo pueden modificar gustos, pautas y costumbres de la cultura sino también el comportamiento normal de una persona, especialmente con la televisión: “El resultado de este cautiverio es una fuerte penetración del aviso comercial de

¹² Pérez Lindo Augusto, “*Mutaciones*”, Editorial Biblios, Buenos Aires - Argentina, 1996, 31pp.

¹³ De Moragas Spa Miguel, “*Sociología de la Comunicación de Masas*”, Editorial Gustavo Gili, 4ta edición, Barcelona - España, 1994, 25pp.

televisión en las pautas de conducta. Su enorme potencial de manipular el comportamiento lo ha hecho eficaz medio de promover ventas”.¹⁴

Toda esta difusión es una forma de que se logre la globalización en el mundo: “La globalización esta significando un nuevo desencaje de los individuos para reubicarlo en un marco espacio temporal mundial”. “ La globalización y las modificaciones que ella entraña para los procesos de configuración de imaginarios, representaciones sociales y modelos de vida, el hecho de cómo hoy la imaginación de vidas posibles, no se entiende ni racional ni étnicamente, ni a través del contrario pobre – rico, sino sólo en el ámbito de sociedad mundial”. Tal como lo señala Fabio López Roche en su “Ensayo sobre la globalización”.

“Bogue afirma que, cuando este problema es analizado desde el punto de vista del individuo, se observa un reflejo de esas características culturales en las actitudes de los individuos; pero que cada actitud, necesariamente, no refleja un rasgo cultural. Hay muchas cosas que la cultura no cubre con una definición y entonces la persona es más o menos libre de desarrollar su propio patrón de acción con respecto a esa cosa. Esto es, cada actitud no tiene que estar atada en alguna forma con los valores de la cultura. Que en tiempos de cambios social rápido, las cosas que en un tiempo fueron capaces de evocar una actitud común entre la población, pierde su unanimidad; y que la diversidad de actitudes puede ser un síntoma de un rasgo cultural que no tiene una aceptación total la cantidad de diversidad mide la debilidad del rasgo cultural”.¹⁵

¹⁴ Heneus Pablo, “*Cultura Huachaca*”, Editorial Nueva Generación, México, 1981.

¹⁵ Eschenbach Joseff, “*Radiodifusión para la innovación*”, Editorial Época, Alemania, 1978, 9pp.

Todo esto que hemos señalado es porque la tesis quiere utilizar todos estos conceptos para generar una propuesta diferente, a través de la ejecución y sistematización de un proyecto de radio de corto alcance, dejar planteada una programación que ayude al desarrollo de la persona.

La sistematización de un proyecto en ejecución: “Según Oscar Jara es un proceso continuo de reflexión y aprendizaje de la práctica y la creación participativa de conocimientos teóricos-prácticos, para enriquecer, confrontar y modificar el conocimiento actual, contribuyendo a convertirlo en una herramienta realmente útil para: aprender y transformar nuestro contexto. La sistematización no es una evaluación, sino un acompañamiento a la ejecución del proyecto para cuidar su calidad de intervención en relación con los beneficiarios. La sistematización de una experiencia vivida en un proyecto permite construir nuevos métodos, para compartirlos y promoverlos en comunidades diferentes que sin embargo tienen objetivos comunes. Damos pues vital importancia a la sistematización en la ejecución de un proyecto, como una forma de comunicar experiencias, praxis, sobre la cuál debemos reflexionar siempre, para cuidar nuestra intervención y mejorar nuestras capacidades de comunicadores para el desarrollo. La sistematización nos ayuda a escuchar, a enfrentarnos con la realidad, con lo cotidiano, y lo que es mejor nos obliga a ser equipo en un proceso a cuidar de no caer en la sectorialidad, pues debemos considerar la intersectorialidad como enfoque integral para una gestión pragmática de los proyectos.”¹⁶

¹⁶ Torres Rodrigo, “*Modulo de Ejecución de Proyectos*”, Modalidad a Distancia, Editorial U.P.S., Quito – Ecuador, Julio 2001, 7pp.

De esta manera acercarnos a los posibles receptores y poder saber cuál es mejor manera de aproximarnos con esta nueva propuesta.

Y lo hacemos desde la radio, porque como decimos desde el principio del trabajo queremos cambiar la visión de este medio de comunicación de masas, y no solo cambiar el comportamiento de las personas para beneficiar al mercado, sino llegar a cada individuo a través de una propuesta de desarrollo personal.

“La radio no solo nos vende artículo de consumo, en el sentido conocido de la palabra. La radio vende diversión, cultura, información, compañía. Por ello, al hablar de publicidad radial, no estamos refiriendo a la técnica de la ciencia y arte de motivar a la gente para que acepte el mensaje, que a manera de sugerencias, consejo, o simple información, le hacemos llegar sobre los productos en todas sus manifestaciones”.¹⁷

La radio debe ser tratada como una empresa “Una concreta unidad de producción, como conjunto de capital, trabajo y dirección, que se ordena para la obtención del resultado. Esta organización se protege en su funcionamiento mediante las normas que disciplinan la competencia y las que protegen el nombre comercial y marcas, y comprende también unos elementos que son difíciles de valorar, como son la importancia de su clientela, (anunciantes), el prestigio alcanzado y la situación del negocio”.¹⁸ Y debemos analizarla tanto en su medio comercial como en su fin de ayuda al desarrollo personal.

¹⁷ García Camargo Jimmy, “*El Mundo de la Radio*”, Ediciones CIESPAL, Quito- Ecuador, 1998, 332pp.

Pero la radio también como cualquier otro medio puede influenciar no solo a favor de la economía del mercado sino a favor del aprendizaje de un desarrollo personal:

“En la comunicación, las conexiones estímulo-respuesta pueden verse fortalecidas o debilitadas por el uso de la ley de repetición de frecuencia. Si recompensamos una respuesta fortalecemos el hábito. Si no lo recompensamos, lo debilitamos. En cada caso, la frecuencia de la presentación del estímulo, con o sin respuesta recompensada presenta la fortaleza de un hábito”.¹⁹ La ley de repetición de frecuencia quiere decir que en el tratamiento de los públicos, la redundancia de un estímulo respuesta genera la frecuencia deseada que un estímulo envía recompensa determina la fuerza de nuestros hábitos, la velocidad y la extensión de nuestro. “Aprendizaje y recompensa: La recompensa es elemento central de la fuerza de la costumbre, de la efectividad de la comunicación. Los individuos no responden, a menos que esperen que sus respuestas sean recompensadas. El aprendizaje”.²⁰

Y esto se lo puede hacer con los elementos del lenguaje radial como lo son: Voz, Sonidos y Música: “La música no es inocente: incuantificable, improductiva, signo puro, hoy día en venta, dibuja a grandes rasgos la sociedad en construcción, en donde lo informal es producido y consumido en serie, en donde la diferencia es recreada artificialmente en la multiplicación de objetos casi idénticos”. Así lo dice Attali en su ensayo sobre los “Ruidos” del mundo. Cuando nos referimos a radio de onda corta o de corto alcance nos

¹⁸ Trujillo Luis Fernando, “*La Radio como Empresa y como Medio de información*”, Editorial Época, Bogotá - Colombia, Sin Año, 154pp

¹⁹ Varios Autores, “*Aprendizaje, la comunicación en un contexto personal*”. Ediciones CIESPAL, Ecuador, 51pp.

referimos más a su alcance de recepción que a sus términos técnicos ya que esto significa que se tiene entre 1700 a 29.999 kilohertz a medida que se aumenta el número de ciclos la onda se acorta para que puedan caber más ciclos por segundo. Y el sistema de radio interna es de transmisión a partir de parlantes o monitores que son usados normalmente para comunicaciones internas y pruebas de sonido en el estudio. De manera que no llegue a una masificación de gente que la escucha sino a cada una de las 1.200 estudiantes que pueden escuchar la radio en el día dentro de la UEMQ.

La radio a pesar de influenciar y enseñar para el comportamiento del individuo debe dejar que éste destaque los principios de su personalidad como tal: Cualidades del individualismo: “La espontaneidad, la energía, la originalidad, y la excentricidad”²¹

Además existe: “La facultad humana de elegir que se manifiesta tanto en los fines objetivos como en las cuestiones subjetivas, tales como las creencias, los impulsos y el ideal, mismo de felicidad”²² Y no ser parte de lo mismo: “En un individuo los medios de comunicación causan: Ansiedad, Privatización, Apatía, Narcotización, Estimulación excesiva, repliegue sobre la vida privada, debilita tu espíritu crítico, incrementa la pasividad, Despersonaliza los actos de socialización, degrada la exigencia y gustos, permite la evasión.”²³ “La personalidad es algo abierta y plástica un receptáculo de innumerables posibilidades. Ello supone una visión de la naturaleza humana maleable hasta el infinito que suspende la idea de límite y acaba convirtiendo al yo en esemble flou”²⁴.

²⁰ IDEM, 53pp.

²¹ Bejar Helena, “*El Ámbito Íntimo*”, Editorial Paidós, España, Sin Año, 71pp.

²² IDEM, 72pp.

²³ De Moragas Spa Miguel, “*Sociología de la Comunicación de Masas*”, Editorial Gustavo Gili, 4ta edición, Barcelona - España, 1994, 78 – 79pp.

²⁴ Bejar Helena, “*El Ámbito Íntimo*”, Editorial Paidós, España, Sin Año, 217pp.

El desarrollo debe ser tratado a la escala humana y no-solo en la económica y social: “El desarrollo se refiere a las personas y no a los objetos. Este postulado básico del Desarrollo a Escala Humana, según los autores. A parte del indicador del crecimiento cuantitativo de los objetos - el PIB- requerimos de un indicador del crecimiento cualitativo de las personas, que vendría dado por la calidad de vida de ellas y que dependería de las posibilidades que tengan las personas de satisfacer adecuadamente las necesidades humanas fundamentales”.²⁵

Un desarrollo basado en las necesidades de cada persona que según el mismo texto son de varios tipos: “Necesidades de Subsistencia, protección, afecto, entendimiento, participación, ocio, creación, identidad y libertad. En las escalas del ser, tener, hacer y estar.”²⁶

“Para la filosofía del Tao el desarrollo personal está en el darse cuenta de que debe vivir aquí y ahora, que su aprendizaje de la vida debe ser cotidiano, ser real hasta donde quiere y puede llegar, reconocerse a uno mismo, crecer en alma y en cuerpo, relacionarse con los demás, responsabilizarse de sus actos y mucho más que forman la integridad de la persona.”²⁷ No es que tenemos que realizar Tai-chi para conseguir estos objetivos, además existen muchas cualidades más como son la seguridad y confianza en sí mismo, enfrentarse

²⁵ Schuldts Jurgen, “*Repensando el Desarrollo: Hacia una concepción alternativa para los Países Andinos*”, Centro Andino de Acción Popular, Quito - Ecuador, 1995, 40pp.

²⁶ IDEM, 40pp.

²⁷ IDEM, 50pp.

a la vida sin apariencias, no ser hipócrita, ser honesto y que la crítica mal sana de los demás no afecte su seguridad personal.

En esta formación es importante la identidad personal que está basada en: “Una representación mental del sí mismo (personal) como un ser humano con experiencias y biografía propias, personales, como se le representa en modelos mentales acumulados, y el auto concepto abstracto derivado de esta representación, a menudo en la interacción con otros. Una representación mental del sí mismo (social) como una colección de pertenencias a grupos, y los procesos que están relacionados con tales representaciones de pertenencia.

Se puede pensar que estos procesos de identificación dependen de una comparación entre el sí mismo personal y social: si los criterios de pertenencia, actividades, objetivos, normas, valores, posición o recursos del grupo están en línea con los del constructor personal de sí mismo, la identificación puede ser más o menos fuerte.”²⁸

Un desarrollo personal que puede llevar todas las cualidades descritas juntos con las de individuo antes señaladas, es allá a donde debe apuntar esta nueva propuesta a crear una nueva visión sobre un medio de comunicación como es la radio, no solo a través de la sistematización sino la investigación exhaustiva sobre como ayudar al desarrollo de los individuos como persona. Pero esto lo haremos durante el desarrollo y redacción de la tesis

²⁸ Dijk Van Teun, “*Ideología, un Enfoque Multidisciplinario*”, Gedisa Editorial, Barcelona - España, 1999, 154pp.

por ahora dejamos planteada la forma que queremos trabajar para resolver esta gran paradoja de la modernidad.

6. PLAN OPERATIVO: ¿CÓMO HACERLO?

El tener una planificación bien hecha y una programación adecuada, siempre será la base donde la estructura edificada se pueda sostener, y nunca tambalear. Por eso se realizará un diagnóstico de la realidad del centro educativo con encuestas y entrevistas a los estudiantes, y a las autoridades. Al analizar esta información se decidirá desde donde debe partir el proyecto.

Tenemos que cumplir las fases de recolectar información e investigación para disponer los análisis dispuestos en los objetivos específicos. Lo siguiente es sistematizar las encuestas y entrevistas hechas para disponer la necesidad del proyecto. Después de sistematizar el siguiente paso es realizar el análisis de una radio comercial para generar la comparación.

Se tiene que realizar talleres de capacitación tanto de conocimientos básicos de radio, que deberán seguir actualizándose periódicamente, para que el proyecto no solo se ejecute sino se mantenga; la capacitación tiene que tender hacia el desarrollo personal ya que esa es la propuesta alternativa que se presenta.

Hay que hacer un análisis de los equipos técnicos que se poseen para saber que más puede faltar para armar un presupuesto adecuado con la realidad de la institución.

Necesitamos de herramientas y materiales, estos son los siguientes:

RESPONSABLES	RECURSOS	COSTO-(DOLARES)
Tania & Leonardo	Papelería, cassetts, diskets, copias	20.00
Tania & Leonardo	Impresiones	30.00
Tania & Leonardo	Investigación (internet, textos)	10.00
Tania & Leonardo	Transporte y movilización	30.00
Tania & Leonardo	Costos Universitarios	500.00
Tania & Leonardo	Varios	10.00

Estos elementos serán utilizados en actividades como talleres, trabajo en computadora, planificación de los proyectos, recolección de información, cumplimiento de obligaciones universitarias y generación de propuestas. Llenando un presupuesto de USD 600 fuera de los equipos que deben ser evaluados. El presupuesto debe ser financiado por los ejecutores del proyecto así también por el UEMQ.

7. METODOLOGÍA: EL CAMINO A SEGUIR:

En el mundo la comunicación encontramos una infinidad de caminos a seguir, nuestra metodología de investigación es la hermenéutica, que según su etimología significa interpretación de las técnicas mostradas a continuación:

- Con encuestas y entrevistas: Que nos ayuden a hacer un diagnóstico de la realidad de los niños y adolescentes, así como de las autoridades y profesores del centro educativo para saber de qué manera aplicar el proyecto.

- Con un análisis del discurso pragmático de un radio comercial, para analizar su programación, como se trabaja y el mensaje que el medio expresa, para realizar una comparación con el proyecto que se va a ejecutar.
- Con Investigación tanto en textos de radios alternativas como también del desarrollo personal que es tema principal del proyecto.
- Talleres de capacitación en conocimientos básicos de radio y en desarrollo personal de niños y adolescentes, de acuerdo con su realidad.

8. CRONOGRAMA DE TRABAJO: TIEMPO A UTILIZAR.

CRONOGRAMA DE TRABAJO				
NOMBRE DE LA TAREA	DURACIÓN	COMIENZO	FIN	NOMBRES DE LOS RECURSOS
Denuncia del Tema de Tesis	1d	24/04/2003	24/04/2003	
Plan de Tesis	15d	25/04/2003	15/05/2003	Textos, documentos, copias y cassetts.
Diagnóstico (Realización y Sistematización de Encuestas)	15d	28/04/2003	16/05/2003	Encuestas, entrevistas, talleres y grupos de trabajo
Talleres de Capacitación	30d	15/09/2003	24/10/2003	Textos, documentos, copias y cassetts.
Evaluación Técnica e Instalación de la Radio	22d	07/08/2003	05/09/2003	Encuestas, entrevistas, talleres y grupos de trabajo
Análisis de una Radio Comercial	15d	05/07/2003	24/07/2003	Textos, documentos, copias y cassetts.
Recolección de Información (Textos)	15d	28/07/2003	15/08/2003	Encuestas, entrevistas, talleres y grupos de trabajo
Recolección de Información (Proyectos)	15d	28/07/2003	15/08/2003	Textos, documentos, copias y cassetts.
Redacción y Desarrollo de la Tesis	60d	18/08/2003	07/11/2003	Encuestas, entrevistas, talleres y grupos de trabajo
Sistematización	30d	18/09/2003	29/10/2003	Textos, documentos, copias y cassetts.
Entrega de Borrador de tesis	1d	10/11/2003	10/11/2003	Encuestas, entrevistas, talleres y grupos de trabajo

9. CARACTERIZACIÓN DE LOS BENEFICIARIOS: ¿A QUIENES ESTA DIRIGIDO EL PROYECTO?

En esta parte es importante recalcar que lo que se va a hacer no es decir sólo el número de beneficiarios e indirectos, ni los nombres, ni dar una edad aproximada; sino caracterizar el contexto de los jóvenes y adolescentes de hoy, exponiendo algunas herramientas de estudios hechos en textos.

Hablamos de una generación electrónica incluso de una generación digital, en donde los jóvenes están acostumbrados desde muy niños a convivir con los medios de comunicación de masas aparatos como la televisión y la radio; los ordenadores y en los últimos tiempos el internet. Se habla de una muerte de la infancia, causada principalmente por la televisión, y la exposición de los niños a temas de adultos. Se habla de un crecer demasiado a prisa y un conocimiento abrupto e inequívoco del sexo y las drogas.

“Forzarles a saltarse fases cualitativas les hará más difícil adquirir conciencia de su identidad personal, con lo que quedará sin preparación alguna para dificultades de la adolescencia”²⁹ Esto es muy importante ya que la edad a la que vamos enfrentar es la adolescencia, pero sigamos citando otras circunstancias:

“En cierto grado, esto significa que la experiencia humana se convierte en homogénea, aunque, dado que los propios niños no comprenden necesariamente lo que ven, la televisión

²⁹ Buckingham David, “*Creecer en la Era de los Medios Electrónicos*”, SE, SP. Sin Año, 33pp

crea una especie de pseudo - complejidad que, a su vez, lleva a los adultos a tratarles como si fueran mayores de lo que realmente son.”³⁰

“Señala la eliminación de los juegos infantiles tradicionales y las formas de vestir distintivas de los niños, y el incremento de la delincuencia, el consumo de drogas y la actividad sexual infantiles y de los embarazos adolescentes; y el hablar de los derechos de los niños.”³¹

La forma de cómo crecieron afecta su vida actual, psicológicamente y como parte de su desarrollo personal, saltarse procesos propios y normales de su vida pueden influir en desenvolvimiento diario, el niño esta muy familiarizado con la violencia, con la lucha del bien del mal con guerras, armas y muerte; a través de los dibujos animados.

Con todos estos argumentos se puede decir de los jóvenes de hoy lo siguiente:

“La televisión debilita a los jóvenes, provoca un cortocircuito en el desarrollo natural y emocional que necesita para convertirse en seres humanos sanos ahoga el desarrollo de sus propias voces y les niega imágenes... debilita la voluntad y asesta uno de los golpes extenuantes al riguroso al joven la posibilidad de entrar en si mismo en cierno, el yo.”³²

³⁰ IDEM, 34pp.

³¹ IDEM, 34 pp.

³² IDEM, 40 pp.

“Los jóvenes se nos dice, están afectado cognitivamente por la experiencia que tienen de comprender cualquier cosa.”³³

Son parte de este proceso el apareamiento de sentimientos como el miedo, la angustia, lástima, nostalgia, placer y deseo; propios de una edad adulta y “estresada”, psicológicamente.

“Los miembros de pandillas son emblemáticos de la juventud actual tienen menos inclinación a quedarse en esa viendo televisión que otros jóvenes y pese a las afirmaciones de este autor, suelen tener menos ordenadores personales. Y lo mínimo que puede decirse es que existen en considerable debate entre los investigadores sobre la relación causal entre los niveles de consumo de drogas, de actividad sexual o delitos violentos y el hecho de ver la televisión e incluso de ver determinado tipo de televisión.”³⁴

“El problema es su lucha por la autonomía y por consiguiente su resistencia a la autoridades adulto esa lucha no puede conducir a la solución alguien. La tesis de la muerte de la infancia, al negar el papel activo de los niños, en la creación de su propia cultura y la considerarles simples víctimas pasivos garantiza efectivamente la propia desesperación de la infancia”.³⁵

Pero que a pesar de todas estas características y antivalores creados en este mundo posmoderno con la aparición de aparatos electrónicos y digitales, existen ventajas como que

³³ IDEM, 44 pp.

³⁴ IDEM, 51 pp.

para los adolescentes y jóvenes de hoy es muy fácil manejar un ordenador que a un adulto; y eso les exige un desarrollo del pensamiento, el hacer operaciones, interpretar códigos (sonidos, imágenes, iconos), establecer comunicaciones (sin límites de espacio y tiempo).

Esto mejora su capacidad de acción y de automatización individual, así como el proceso de aprendizaje.

No todo lo que existe hoy es negativo, todo puede su valor, lo bueno es distinguirlo y saber escoger; pero este el análisis de uno de los textos; una monografía de Ximena Dávalos Saravia sobre: “Radio, adolescentes y jóvenes” dice lo siguiente:

“La noción nueva del espacio y la pérdida de fronteras, la combinación entre lo propio y las influencias externas; la constitución de multiplicidad de identidades, el acercamiento a las nuevas tecnologías, la construcción de una nueva subjetividad y la gestación de otra noción ciudadanía”.³⁶ Esto quiere decir que todos aspectos de la posmodernidad influyen sobre los jóvenes de hoy, son ellos los que adquieren las nuevas nociones y las aceptan como parte de su identidad.

“Los elementos que a los jóvenes identificarse están articulándose en espacios transnacionales, tendencias, modas, formas de vestirse, de modo incluso comparten códigos transnacionales en músicas y otros gustos”³⁷. Hablar hoy de una identidad Juvenil, es

³⁵ IDEM, 52 pp.

³⁶ Dávalos Saravia Ximena Tania, “*Gente Loca con Ideas Inteligentes*”, Monografía Universidad Andina Simón Bolívar, Quito - Ecuador, 2003, 10pp.

³⁷ IDEM, 11pp.

olvidar la diversidad características que la determinan, ya al existir tal variedad podemos hablar de identidades juveniles a partir de la música, la vestimenta, tatuajes, jergas, entre otros códigos que son parte de las formas de expresión juvenil.

La noción de cultura para los jóvenes esta en: “la invitación constante a pensar y experimentar la diferencia: de la manera de vestir, de peinarse, de usar el cuerpo para un tatuaje, para un arete o para un baile voluptuoso y erótico, de lo modos de hablar, de gesticular, de ver el mundo.”³⁸

“Afirmando de que existen culturas juveniles podemos manifestar que estas no corresponden a edades sino a percepciones, gustos, actitudes y se las puede entender e interpretar a través del análisis de la producción y los consumos naturales, además de otras formas de expresión como escuchar música, bailar, vestirse, expresarse en el lenguaje de grupo, comportamientos y uso colectivo de espacios que podríamos llamar un despliegue escénico simbólico que conlleva a procesos conflictivos”³⁹

También es importante mencionar que su preocupación por el territorio o lo local ya no es tan importante ya que al sufrir las influencias externas la desterritorialización es algo que forma parte del ser joven. Tienden entonces a agruparse y a formar tribus urbanas, otros lo llaman comunidades emocionales, por que se unen buscando atenciones que no encuentran en sus familias ya que los padres están en los trabajos e incluso emigraron a España, como

³⁸ Cerveriño Mauro, Chiriboga Cinthia y Tuitivén Carlos, “*Culturas Juveniles*”, Ediciones Abya Ayala, Quito – Ecuador, 2001.

es el caso de nuestro país. Existe una fragmentación o una hibridez en la mezcla de gustos y de códigos que forman sus costumbres y su cultura.

La sexualidad es ahora un factor importante de su vida cotidiana y diaria. “Va mucho más allá de la anatomía y la biología, tiene que ver también con la psicología, la sociología y la cultura. Como experiencia es la que cada persona vive con su cuerpo, en la relación a sus sensaciones, sentimientos y pensamientos de diversas maneras en las diferentes etapas de la vida.” “En el caso que nos interesa, es sobre los cuerpos juveniles donde se ejercen discursos de una sexualidad sometida, controlada y disciplinada; y es desde estos discursos sobre la sexualidad que se clasifican los diversos saberes, sentimientos, pensamientos y prácticas entre ellas, las consideradas normales y desviadas; que pueden dar lugar en los adolescentes y jóvenes al ejercicio de una sexualidad prejuiciada, con sentimiento de culpa y sin la necesaria libertad”⁴⁰

Esa es la realidad juvenil que enfrentamos, este estudio está hecho en un contexto boliviano pero que no está muy lejos de nuestro país, ya que es una realidad latinoamericana, y es importante tener esta base dentro del plan para tomarlo en cuenta en el desarrollo del proyecto.

³⁹ Dávalos Saravia Ximena Tania, “*Gente Loca con Ideas Inteligentes*”, Monografía Universidad Andina Simón Bolívar, Quito - Ecuador, 2003, 7pp.

⁴⁰ IDEM, 15 pp.

CAPITULO II: COMUNICACIÓN, MEDIOS DE COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y APLICACIONES

1.1. ¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN?

El primero en definir a la comunicación como tal fue Platón “creó una teoría de diálogo como forma de conocimiento humano. Su finalidad era demostrar que en la comunicación a través del diálogo los hombres se veían forzados a pensar y mejorar sus pensamientos.”⁴¹

Así Platón convirtió a la comunicación en un sistema intelectual de acercamiento a los hechos más veraces siendo un ejercicio de la inteligencia y la formación mutua que las personas adquieren gracias al dispositivo del diálogo.

De esta manera la comunicación fue paulatinamente definida por varios estudiosos que en su afán de conocimiento la han estudiado ampliamente. Por otro lado la comunicación es considerada una ciencia que combina la idea de un modelo de comparación con la idea más compleja de un grupo de supuestos fundamentales sobre la naturaleza de algún aspecto de la realidad social o psicológica, este paradigma abarca un amplio marco teórico.

Para nosotros la comunicación es la interacción entre seres humanos, es un proceso multidimensional que se basa en el entorno común en el cual se intercambian sentidos y contrasentidos de una comprensión mental.

1.2. TEORÍAS Y ESCUELAS DE LA COMUNICACIÓN.

Para determinar a la comunicación como tal hemos investigado sobre las distintas escuelas y teorías de la misma. A continuación una síntesis de las principales teorías:

- **Teoría Funcionalista:** Considera como los elementos esenciales para la comunicación son: emisor, mensaje, canal y receptor. Para el funcionalismo la comunicación es un proceso lineal de transmisión de información desde el emisor mediante un estímulo hacia el receptor con el cual el receptor no crea simplemente se limita a responder al estímulo impuesto.

- **Teoría Estructuralista:** Entiende a la comunicación como un sistema, su principal fuente de investigación es la lingüística. En la lingüística la lengua compone un sistema de valores en donde el significado establece una relación de jerarquía y el significante se define en función del valor.

- **Teoría Funcionalista Estructural:** Dice que “una sociedad puede ser concebida como un sistema de partes interrelacionadas; es una organización de actividades interconectadas, repetitivas y acordes a un esquema. Tal sociedad tiende naturalmente a alcanzar un estado de equilibrio dinámico; si se produce una falta de armonía, aparecerán fuerzas tendentes a restaurar la estabilidad. Todas las

⁴¹ Aladro Vico Eva, “*Teoría de la Información y Comunicación Efectiva*”, Primera Edición, Madrid – España, 1999, 96pp.

actividades repetitivas dentro de una sociedad realizan alguna contribución a un estado de equilibrio.”⁴²

- **Teoría Crítica:** Nace como respuesta ante la instrumentalización de la sociedad moderna. Busca que el ser humano sea actor social que critique todos los estamentos socioculturales que le rodean mediante el derecho, la participación, la percepción, la democracia y la comunicación.

A continuación las principales escuelas de cómo parte de las primeras aplicaciones que se dio de la comunicación:

- **Escuela de Chicago:** “Tiene su origen en el período de entre guerras. Entre sus exponentes encontramos teóricos como: Dewey, Mead y Lasswell, entre otros. Esta escuela centró sus investigaciones sobre dos ejes: los efectos de los mensajes de los medios de comunicación y el análisis de contenido. Estos estudios resultan muy ligados a la propaganda, por el enfoque orientado, (desde la teoría de la “aguja hipodérmica”) a descubrir la mejor manera de influenciar a los públicos.”⁴³

Su más grande exponente Harold Lasswell desarrolla el esquema básico de comunicación, que se compone de las siguientes preguntas: ¿quién dice qué?, ¿por medio de qué canal?, ¿a quién?, ¿con qué efecto?. Con lo que la comunicación es concebida como algo vertical y unidireccional en donde el emisor ejerce todo el poder sobre el receptor.

⁴² De Fleur Melvin – Ball Rokearch Sandra, “*Teorías de la Comunicación de Masas*”, Ediciones Paidós, Barcelona – España, 1998, 37pp.

- **Escuela de Palo Alto:** Propone un estudio completo de los procesos comunicacionales de los sujetos de los que se desprende otros dentro de un sistema específico. “Para Palo Alto, lo verbal es una parte, un subsistema del sistema comunicacional. Otro subsistema comunicacional, incluiría la comunicación no verbal, dentro de la cual se considera desde las características físicas de los interlocutores, hasta las condiciones del entorno, pasando por los gestos, las miradas, los adornos y el manejo de las distancias entre otros.”⁴⁴

Su principal fin era la comprensión de los múltiples aspectos de la conducta humana para integrarlos en un sistema unitario de análisis que facilite la comprensión entre los individuos. Entre sus principales exponentes tenemos a Bateson, Erving Goffman, Paul Watzlawick, Don Jackson; Edward T. May y Ray Birdwhistell, entre otros.

- **Escuela de Frankfurt:** “Tiene su origen en el inicio de la década de 1920 y se extiende hasta el periodo de la Segunda Guerra Mundial. Entre sus principales preocupaciones estuvieron las consecuencias del desarrollo tecnológico, las propuestas de las industrias culturales, los orígenes de los autoritarismos y los efectos de la mirada iluminista sobre el devenir social. Sus principales exponentes son: Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, Walter Benjamín, Herbert Marcuse y Erick Fromm. La Escuela de Frankfurt, se preocupó por advertir los modos

⁴³ Documento de Internet, <http://www.geocities.com/Paris/Rue/8759/mosco1.html>

⁴⁴ Sin autor, “*Introducción a la Teoría de la Comunicación*”, documento de Internet, <http://146.83.41.80/cursos/comorg/introd.htm>

culturales hegemónicos de la llamada sociedad postindustrial mucho antes de que se concretaran.”⁴⁵

1.3 MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA.

“El medio es efectivamente el soporte inactivo de la comunicación que hace entrar en el cuerpo humano las ideas o el sentido comunicado. El medio es aquello que conduce sobre sí mismo un mensaje.”⁴⁶

Esta es la relación por la cual McLuhan denominaba al medio como el mensaje, razón por la cual aparecen “los medios de comunicación de masas, tal como existen hoy en nuestra sociedad en particular, tienen una estructura de control bastante singular, un conjunto particular de normas institucionalizadas que los vinculan con sus públicos y lectores, y en ciertas formas características de contenido. Han elaborado tipos específicos de apoyo financiero y relaciones claramente definidas con otras importantes instituciones sociales, como el gobierno. Todos ellos han experimentado, en mayor o menor grado, una serie bastante reiterada de problemas, con conflictos surgidos entre sus propios objetivos y los objetivos, las aspiraciones y las esperanzas de aquellos cuyos gustos culturales y cuyas formaciones educativas han sido sustancialmente superiores que los del ciudadano común.”⁴⁷

⁴⁵ Entez Alicia, “*Teorías de la Comunicación*”, Segunda Edición, Editorial Docencia, SP, 1995, 105pp.

⁴⁶ Aladro Vico Eva, “*Teoría de la Información y Comunicación Efectiva*”, Primera Edición, Madrid – España, 1999, 48pp.

Es por ello que los mass media son:

- **La Prensa:** Es la forma más antigua de comunicación, nace de las palabras gazette y gaceta que son las primeras formas de periódicos que conocemos que inició su distribución mundial a partir del apareamiento de la imprenta con la cual, se multiplicó el número de ejemplares (tiraje) de la información impresa en papel.

Las mejoras de la tecnología de impresión y de transporte, así como el aumento de las personas que aprendieron a leer y escribir fueron los factores significativos con los cuales el periódico se convirtió en un medio de comunicación. Paulatinamente el trabajo de la prensa fue especializándose en áreas como economía, política, deportes, moda, farándula, sociedad, etc; y con ello vinieron las revistas, afiches, trípticos, periódicos, semanales, quincenales o trimestrales y todo lo referente a la comunicación escrita.

- **La Televisión:** Para la comunicación siempre fueron limitantes la distancia y el tiempo, por ello la información a través de la transmisión de voz e imágenes capturadas por un receptor de televisión hizo más fácil este proceso. No hubo medio más efectivo para la propagación de la publicidad porque el público estaba ya acostumbrado a los anuncios publicitarios y la televisión propagaba las ventas; de modo como los aparatos aparecieron en cada casa.
- **El Internet:** Es un medio de comunicación reciente que muestra la naturaleza comunicativa y la revolución intelectual, “es un mercado semántico en el que uno se

⁴⁷ De Fleur Melvin – Ball Rokearch Sandra, “*Teorías de la Comunicación de Masas*”, Ediciones Paidós, Barcelona – España, 1998, 53-54pp.

mueve a través de la información sobre la que nos trasladamos. Los mensajes son de nuevo medios de otros mensajes, en una visión tecnológica de la semiosis ilimitada.”⁴⁸

El internet permite la comunicación entre ordenadores ubicados en diferentes espacios y tiempos a través de un MODEM (intercomunicador).

A continuación vamos a conocer más profundidad lo que es la radio, debido a que para nuestro estudio ella es fundamental.

1.4 ¿QUÉ ES LA RADIO?

1.4.1 BREVE RESEÑA HISTÓRICA

El espíritu constante por el progreso ha llevado a la humanidad a grandes descubrimientos e inventos; uno de estos inventos que revolucionaron el mundo es la radio, cuyo descubrimiento, desarrollo y técnica paulatinamente han mejorado sus beneficios y aplicaciones.

⁴⁸ Aladro Vico Eva, “*Teoría de la Información y Comunicación Efectiva*”, Primera Edición, Madrid – España, 1999, 188pp.

“El descubrimiento de la energía de naturaleza eléctrica y de que la tierra se hallaba a su vez cubierta por una capa que es portadora de energía, permitió el de la propagación, a través del espacio, de las ondas portadoras de señales eléctricas”.⁴⁹

Enrique Hertz en 1888 “descubre que una descarga eléctrica produce un arco metálico conductor a un metro de distancia, entre dos esferas, dentro de una misma habitación. Profundizando en su estudio, demuestra que la energía eléctrica puede propagarse por el espacio; y nace con ello lo que hoy se llama teoría de las ondas hertzianas”.⁵⁰ Basándose en los estudios y descubrimientos de Hertz, Guillermo Marconi se dedica a intentar una transmisión a distancia y en 1901 logra transmitir un mensaje de Inglaterra a Terranova con una distancia de 3.300 km, utilizando las señales convencionales del sistema Morse, se da inicio a la radiotelegrafía. “Con las premisas ya conocidas, la ciencia y los científicos no se estacionan y así se logra una válvula termodinámica, que amplifica e intensifica las señales eléctricas, producidas por el transmisor Marconi; en la misma forma, se logra una válvula análoga que recibe estas señales y las amplifica en los receptores”.⁵¹

Con los aportes de Hertz y Marconi; John Fleming y Lee de Forest descubren las válvulas de electrodos (diodo y triodo) llamadas también tubos de vacío o válvulas amplificadoras. Al mismo tiempo que se trabajaba en estos aparatos también se trabajaba en “las vibraciones eléctricas producidas por un transmisor de telefonía sin hilos, que se podía amplificar e intensificar, predispuso a técnicos y científicos para que no solo pudiesen ser recibidas en la misma forma que se emitían, sino que estas señales pudieran ser audibles.

⁴⁹ García Camargo Jimmy, “*El Mundo de la Radio*”, CIESPAL, Quito-Ecuador, 1998, 11pp.

⁵⁰ IDEM, 12pp

Fue así como se logró transformar el sonido en señales eléctricas que, lanzadas por un transmisor, podían ser captadas por un receptor, reconvirtiéndolas en vibraciones sonoras”.⁵²

En 1920 se da inicio a la radiodifusión (como medio de comunicación), dándoles a los pueblos un nuevo motivo de recreación, de cultura y de información tomando relevancia la noticia. La radiodifusión norteamericana jugó un papel fundamental debido a que es la pionera en los servicios radiofónicos regulares y el manejo comercial.

Es así que con un servicio de emisiones diarias la emisora K.D.K.A de Pittsburg inicia un proceso innovador para la radiodifusión destacándose tres etapas:

- “1920 a 1926, etapa en que se le da mucha importancia a la técnica y a la calidad del sonido. Se comienza a usar recursos empíricos y casi domésticos, a fin de darle más dramatismo y autenticidad a los mensajes y se estabiliza la programación.
- Entre 1926 y 1927 se crea la R.C.A (Radio Corporation of America), la N.B.C. (National Broadcasting Corporation), Blue Network (Cadena Azul), C.B.S. (Columbia Broadcasting System y R.C.A.). Con la creación de estas empresas radiales se logra establecer sistemas de responsabilidad en el manejo del espacio celeste, para evitar interferencias entre una emisora y otra, respetándose sus

⁵¹ IDEM, 13pp.

⁵² IDEM, 14pp

distintas frecuencias y manejándose con más criterio técnico la transmisión y recepción.

- De 1926 a 1930, se logra el registro sonoro sobre el disco. Se reglamenta jurídicamente la radiodifusión y la publicidad encuentra en ella una nueva forma de motivación que, si no reemplaza a la prensa en forma total, por lo menos es un complemento de ésta”.⁵³

También se inicia la rivalidad de la radio con la prensa y el aspecto noticioso juega un papel preponderante, así se crea la Columbia News Service agencia de noticias especial para radio. La radiodifusión tiene mayor enfrentamiento con la prensa cuando las agencias noticiosas dieron mucha importancia a este novedoso sistema de informar, por su forma fácil, rápida y económica para difundir las noticias. Entre los años de 1930 y 1935, las universidades estimulan estos adelantos de la radio más de treinta universidades americanas disponen de emisoras. Para el año de 1930, el número de aparatos receptores en Estados Unidos se calculaba en trece millones y en Europa ocho millones.

Se toma en cuenta el uso del teléfono como instrumento para los reporteros que informan desde cualquier sitio. Surgen estilos informativos y nuevas técnicas

Con los adelantos técnicos y la necesidad creada por la misma radio, los oyentes reclaman cada vez más y mejores servicios informativos y obligan a las emisoras a tener sus propios sistemas de información y sus fuentes especializadas.

⁵³ IDEM, 15pp.

La programación radial toma una mayor y mejor configuración, con la dramatización se logran verdaderos aciertos sonoros y se autenticidad a cada uno de sus argumentos. Los oyentes empiezan a tener a mayor participación en los aspectos programativos con concursos radiofónicos y correspondencia a las emisoras. La publicidad halla un medio popular y masivo al cual puede influir con mensajes comerciales con lo que se realizan investigación de sintonía, impacto de los programas y los gustos del público.

1938 es el año de un hecho significativo para la radio la C.B.S. dentro de su programa “Teatro Mercurio del Aire” lanza una adaptación de la obra la Guerra de los Mundos de H.G. Wells, demostrando que la fuerza de sonido da mayor fuerza al drama, la narrativa y la descripción. El impacto fue tal que miles de personas se volcaron a las calles presas de la angustia y el pánico; esto constituyó una voz de alerta para la radio ya que su influencia era fuerte y determinante.

Durante la Segunda Guerra Mundial la radio se torna un instrumento, no solo por la constante información que se emitía sino por lo que llegó a significar dentro de la organización nazi a cargo de Goebbels quien dirigía el Ministerio de Propaganda alemán y cuyo objetivo era monopolizar el uso de la radio y el criterio de sus usuarios

En 1945 aparece el magnetófono de K. Stelle y K. Pfleumer, el cual es un sistema de grabación de sonido con conservación, fidelidad y facilidad de grabación, alta calidad, baja distorsión y supresión de los ruidos de fondo. El empleo de este nuevo sistema le dio a la radio mayor agilidad, más versatilidad, simplificación y sencillez; surgen los departamentos de grabación y producción y la facilidad de enviar programas a otras emisoras, posterior

mente aparece el microsurco o long play, el casete o DAT y finalmente el D.C. o disco compacto.

El transmisor aparece en 1950 haciendo que la radio sea manual y portátil, cambian los sistemas de transmisión, amplificación y modulación del sonido.

La frecuencia modulada o F.M. es un sistema de propagación de las ondas logra reducir el ciclo de las vibraciones eléctricas para dar mayor fidelidad y pureza al sonido con menores potencias y menorea áreas de cubrimiento pero con mucha más nitidez y calidad, ya que es más fácil controlar los ruidos y los efectos extraños que dañan el mensaje sonoro.

El A.M. o amplitud modulada cumple el mismo principio pero con mayores ciclos de vibración eléctrica.

En la actualidad “esta definida como radiocomunicación un sistema que efectúa comunicaciones usando ondas de radio es decir ondas electromagnéticas de longitud de onda superior al milímetro como medio de conexión entre dos o más estaciones. Dentro de estas radiocomunicaciones se encuentra el servicio de radio difusión es aquel que se presta mediante un sistema de telecomunicaciones cuyas emisiones de sonido están destinadas a ser recibidas directamente por el público.

Este servicio se da mediante una estación de radio difusión que es el conjunto de transmisores. El sistema de radiación y los demás equipos e instalaciones complementarios, para asegurar un buen servicio de radiodifusión en un área determinada.”⁵⁴

Para objeto de la tesis tenemos que definir que es una radio de circuito interno ya que no podemos definirla como radio de onda corta porque la misma tiene una onda radioeléctrica cuya frecuencia esta comprendida entre 3.750 y 30.000 kilociclos por segundo. A diferencia de la anterior la radio de circuito interno a pesar de encontrarse en un espacio de onda corta, esta ubicada en un espacio cerrado y sus ondas son únicamente percibidas por el público cautivo que se encuentra dentro de este espacio. Es decir desde que desde la estación de radio difusión se tiende cables a 100 metros de distancia de donde salen parlantes que funcionarían como transmisores de sonido, de 50 a 100 wats de potencia; los cables de los parlantes provienen de un amplificador de sonido de 100 a 500 wats de potencia, el amplificador esta conectado a una consola de mínimo 4 y máximo 12 canales además tenemos en un canal una radio grabadora con CD o discman, en otro canal el mismo aparato y un tercero el micrófono así es el sistema completo y necesario para la transmisión de la radio de circuito interno.

1.4.1.2 IMPORTANCIA DE LA RADIO.

“Fue precisamente la Segunda Guerra Mundial la que puso de manifiesto la importancia informativa de la radio. El público estaba ávido por saber los acontecimientos y no iba

⁵⁴ Trujillo Luis Fernando, “*La Radio como Empresa y como Medio de Información*”, Primera Edición, Bogota - Colombia, Sin Año, 1pp.

esperar a la mañana siguiente para conocerlos en los periódicos. La radio brindaba noticias calientes, había arrebatado para siempre la primicia informativa.”⁵⁵

“En 1938, en Alemania la radio toma diferentes variables: forma parte del andamiaje político manejado por el Ministerio Nazi de propaganda: crea una agencia de noticias para la radio que también es manejada por el gobierno, lo que trajo como consecuencia que la libertad de información de la radio se viera seriamente afectada con la ley de reforma radiofónica que la convertía en instrumento del estado, para ser utilizada al tiempo y la hora que el gobierno considerara conveniente a sus intereses.”⁵⁶

Con esta experiencia histórica lo que queremos mostrar es la importancia de un medio como la radio, su influencia en el mundo ya que puede que sea parte del poder político de una nación como por ejemplo en un conflicto armado. Además puede ayudar a la educación, reafirmación de valores e identidades, al desarrollo de las relaciones sociales de un pueblo, etc. “La radio se abrió como un nuevo campo de trabajo y como un medio de estímulo y desarrollo de las actividades culturales, artísticas y musicales, que llevó en forma inmediata información, cultura y entretenimiento.....”⁵⁷

La radio cambió de responsabilidades para ubicarse como compañía individual”. “La radio se convirtió en la fiel compañera de hombres y mujeres, de sano y enfermos, de choferes y caminantes, de cocineras y empleadas domésticas, de bañistas en la playa, de fanáticos que

⁵⁵ López Vigil José Ignacio, “*Manual Urgente para Radialistas Apasionados*”, Primera Edición, Mayo 1997, Quito – Ecuador, 21pp.

⁵⁶ García Camargo Jimmy, “*El Mundo de la Radio*”, Ediciones CIESPAL, Quito – Ecuador, 1998, 19pp.

ven el partido en el estadio y lo oyen al mismo tiempo con el aparatito pegado a la oreja, de los vendedores ambulantes, de los campesinos que la cuelgan del arado, de oficinistas y estudiantes, del insomnes que la sacan al balcón.”⁵⁸ La radio se ha convertido en una parte muy importante de nuestra vida cotidiana como lo señala López Vigil.

“La radio en Latinoamérica ha tenido un terreno abonado para su próspero crecimiento. No solo el alto índice de analfabetismo, el poder adquisitivo de nuestras gentes, sino que la competencia de otros medios como la televisión no le han restado su importancia: más bien le han dado fuerza por ser la radio una forma práctica, sencilla y efectiva de brindar información, diversión y cultura.” “Si bien la radio nació gracias a la iniciativa particular con el trabajo y el capital de pequeños radiodifusores independientes y muchos casos alejados de intereses personales, en otros fue pasando a manos de políticos que, con la facilidad que les depara su posición, fueron adquiriendo licencias para emisoras ya para convertirlas en un negocio de compra y venta o definitivamente para su negocio de proselitismo político.”⁵⁹

Con todas las citas anteriores llegamos a evidenciar la gran importancia del medio llamado radio y su manipulación no solo de contenidos sino también en su finalidad social.

⁵⁷ Trujillo Luis Fernando, “*La Radio como Empresa y como Medio de Información*”, Primera Edición, Bogotá – Colombia, 16pp.

⁵⁸ López Vigil José Ignacio, “*Manual Urgente para Radialistas Apasionados*”, Primera Edición, Mayo 1997, Quito – Ecuador, 19pp.

⁵⁹ García Camargo Jimmy, “*El Mundo de la Radio*”, Ediciones CIESPAL, Quito– Ecuador, 1998, 26 - 27pp.

Para explicar la importancia de la radio en la educación vamos a plantear la experiencia de la Educomunicación. Siguiendo con las aplicaciones de la comunicación vamos a estudiar la Educomunicación desde su proceso de origen.

1.5 LA EDUCACIÓN.

La educación desde su nacimiento ha sido entendida como el proceso de adquirir conocimiento a través de un método y un sistema pedagógico, que tiene relación con el aprendizaje.

El aprender es:

- Captar algo con el corazón.
- Adquirir una práctica.
- Percibir.
- Reconocer.

Para Pedro Lafourcade el aprendizaje es un “proceso dinámico de interacción entre un sujeto y algún referente, y cuyo producto representará un nuevo repertorio de respuestas o estrategias de acción, o de ambas a la vez, que le permitirán al primero de los términos comprender y resolver situaciones futuras relacionadas de algún modo con las que produjeron dicho repertorio”.

Aprender para Daniel Prieto del Castillo es captar las interdeterminaciones entre los fenómenos de:

- Expresarse
- Comunicarse.
- Relacionarse y de trabajar con los demás.
- Criticar.
- Apropiarse de la propia historia y la cultura.
- Imaginar e inventar.

Mientras que la Educación es un proyecto desde el cual:

- Traspaso de información-respuesta esperada. Evaluación como fiscalización-comprobación.
- Cambios de conducta. Evaluación como comprobación del cumplimiento de lo provocado por los estímulos. Modelos instruccionales.
- Construcción de conocimientos y construcción de sí mismo.
- Relación texto-contexto.
- Expresión.
- Interacción.
- Apropiación cultural.
- Capacidad de proyección.
- Corresponde a lo anterior una evaluación orientada a:

- El desarrollo de la propia capacidad de juzgar el logro del aprendizaje;
- El enriquecimiento del proceso a partir también de los errores;
- La aceptación de otras miradas que ayuden en dicho logro.

Como un elemento principal de la educación es la pedagogía entendida como: Intento de comprender y dar sentido al acto educativo, en cualquier edad y circunstancia en que se produzca.

Para llegar a la comprensión de estas categorías y conceptos, necesitamos entender las corrientes filosóficas, las teorías de la educación y la pedagogía.

A continuación vamos a explicar las principales corrientes filosóficas de la educación y el proceso del conocimiento:

- **El Idealismo:** “Desde Platón, hasta Kant y Hegel, se desarrolló la idea de que el mundo era la expresión del espíritu que se esforzaba por encarnarse cada vez más profundamente en forma material. El sujeto cognoscente, para nuestro caso, el sujeto del aprendizaje se definía por su relación con ese mundo, expresión del espíritu. Por ello, la prefactibilidad del educando tenía una meta que era acercarse a ser, en alguna forma encarnación de la razón y el espíritu.”⁶⁰

⁶⁰ Parra Alvarracín Germán, “*Bases Epistemológicas de la Educomunicación*”, Abya Ayala, Quito - Ecuador, 2000, 72pp.

Con esta corriente aparece la Teoría del Conocimiento, en la educación, que habla de la pedagogía tradicional, el dogmatismo y el subjetivismo. “El sujeto del aprendizaje sí tiene posibilidad de conocer y de aprender, pero bajo cánones previamente establecidos, puesto que el mundo está constituido, la ciencia está hecha y el sistema de valores esta dado.”⁶¹ De la misma manera la pedagogía en este proceso esta sujeta al racionalismo, donde “El aprendizaje es parte de lo abstracto, se envuelve sustentado en fórmulas que tiene resonancia en ejercicios racionales, antes que en las vivencias de los educandos.”⁶²

- **El Realismo:** Para el realismo el universo no es una ilusión, ni una idea espiritual, sino que es algo que existe concretamente. Los sujetos, en este caso individuos del universo, tienen el derecho propio de conocerlo. “Esto en los contextos pedagógicos y educativos se traduce en la acción que realiza el profesor, cuando en el acto de enseñar transmite informaciones y datos de ese mundo realmente existente que son captados y asimilados por el alumno.”⁶³
- **El Pragmatismo:** “Según el pragmatismo, el método de inteligencia es la forma ideal de adquirir conocimientos, en cualquier circunstancia. Comprendemos las cosas mejor si localizamos y resolvemos los problemas. Cuando la inteligencia se enfrenta a un problema propone hipótesis para explicarlo y tratarlo. La hipótesis que explica los datos o resuelve mejor el problema se considera como verdadera.”⁶⁴

⁶¹ IDEM, 72pp.

⁶² IDEM, 72pp.

⁶³ IDEM, 72pp

⁶⁴ Kneller, “*Introducción a la filosofía de la Educación*”, Editorial Norma, SP, 1984, 69pp.

En dicha corriente filosófica el proceso de la educación y el aprendizaje se entiende como la reflexión sobre la experiencia propia.

Estas tres corrientes filosóficas, son las referencias, de una teoría de la educación en la edad antigua, y desde una perspectiva de la pedagogía tradicional. Luego, de esto parecieron los métodos educativos y pedagógicos, los cuáles nos vamos a disponer a explicar:

- **Métodos Tradicionales:** “La Educación es el espacio para que el educando, aprenda las normas sociales y los límites del comportamiento que le permitirán encontrarse incorporado a la organización social. En este sentido, el alumno es como un objeto modelado por el exterior.” ⁶⁵Esta idea nació de los pensadores Durkheim y Alain, que entendía al individuo como un ser social, y veían en el proceso de educación como beneficio para la sociedad, con el cuál el educando aprendía conductas y normas sociales.

- **Métodos Coactivos:** Existen diversos métodos coactivos como:
 - **La Mayeutica Socrática:** En este método el proceso del conocimiento, se limita a comunicar el estímulo y el interés por la investigación “La mayeutica es un método de redescubrimiento basado en la actividad mental del alumno, pero esta actividad está estrechamente dirigida por el maestro.

⁶⁵ Parra Alvarracín Germán, “*Bases Epistemológicas de la Educomunicación*”, Abya Ayala, Quito - Ecuador, 2000, 75pp.

Es el maestro quien conserva siempre la iniciativa y el discurso preponderante.”⁶⁶

- **La Reflexología de Pavlov:** El pensamiento de Pavlov se dedicaba a estudiar los vínculos que tenían las acciones y reacciones del comportamiento de los individuo con los estímulos externos. El proceso de conocimiento no es más que una reacción entre estímulo y respuesta, en la cuál la conducta puede modelarse mediante la aplicación de organización sistemática y ordenada de los reflejos condicionados.

- **El Conductismo:** Viene desde la misma perspectiva de Pavlov, en este “la conducta es un serie de actos o elementos que corresponden a la relación Estímulo – Respuesta, todo lo cuál incide en la formación de los individuos.”⁶⁷

- **El Método Winnetka:** Realiza la propuesta de la enseñanza programada, el trabajo de fichas para preguntas y respuestas y la planificación en el sistema curricular.

- **La Pedagogía Algoritmica:** El proceso de aprendizaje y el conocimiento se construye desde la matemática y la resolución de problemas, en el cuál el algoritmo es: “la serie de actos o de operaciones elementales que hay que

⁶⁶ Puente T, “*Nuevas tendencias de la educación*”, SE, SP, Sin Año, 72pp.

ejecutar en secuencia para cumplir un acto cualquiera, siguiendo un encadenamiento estricto.”⁶⁸

Después del apareamiento de todos estos métodos, en el mundo contemporáneo se realizó una reestructuración del conocimiento. Tanto la educación y como la pedagogía, establecieron métodos nuevos que nacen de la Escuela Nueva y la Escuela activa, estos fueron los siguientes:

- **El Método Montessori :** Los seres humanos tenemos cinco sentidos, el gusto, la vista, el tacto, el olor y el oído, con ellos tenemos sensaciones del mundo exterior, “el niño aprende primero a conocer, designar las formas, los colores, los sonidos, las palabras , los números, de modo más general aprende a observar, compara, clasificar, designar, adquiere por último el lenguaje que expresa las actividades y las situaciones correspondientes” ⁶⁹; a través del uso de los sentidos, la motricidad y la destreza del movimiento con la observación.
- **El Método Decroly:** Añade a las sensaciones el estudio y el conocimiento del medio natural y humano, en donde se desenvuelve el hombre; y su análisis a través de la observación. Decroly realiza las siguientes proposiciones :

⁶⁷ Parra Alvarracín Germán, “*Bases Epistemológicas de la Educomunicación*”, Abya Ayala, Quito-Ecuador, 2000, 78pp.

⁶⁸ Puente T; “*Nuevas Tendencias de la Educación*”, SE, SP, Sin Año, 98pp.

⁶⁹ Parra Alvarracín German, “*Bases Epistemológicas de la Educomunicación*”, Abya Ayala, Quito-Ecuador, 2000, 81pp.

Aboga por un tratamiento diferencial a partir del descubrimiento de las diferencias individuales de los alumnos. Asigna una gran valor a la herencias y al medio ambiente en el desarrollo del niño.

Reconoce en el niño una actitud espontánea relacionada con sus necesidades vitales, que la pedagogía debe tener en cuenta a la vez que debe ajustar sus procesos. El modelo educativo debe encontrar correspondencia contextual.

El sentido práctico en el aprendizaje lleva a la creación de los centros de interés, como procesos generadores de aprendizaje: se aprende según el momento y las circunstancias, a partir de la observación, la asociación y las expresiones concretas.

Es indispensable la creación permanente de un clima de comprensión y aceptación para que los alumnos puedan experimentar, expresar y construir responsablemente su compromiso personal.”⁷⁰

- **El Método Cousinet:** “Para Cousinet las fuentes del conocimiento y del aprendizaje están en el medio natural o social en el que vive el alumno y con el que la escuela está en contacto. El niño en su proceso de crecimiento y desarrollo siente la necesidad de socializarse, para lo cual integra grupos de amistad y de acción.”⁷¹

⁷⁰ IDEM, 82pp.

⁷¹ IDEM, 82pp.

En este caso la pedagogía y la educación necesitan del trabajo grupal como principal proceso en la fuente de conocimiento.

- **Teoría de Claparede:** “Para Claparede hay una analogía entre la actividad intelectual y las actividades biológicas. En los dos casos se trata de enfrentar las situaciones exteriores, decir satisfacer las necesidades interiores. Para el niño lo más importante de la vida es el juego y la educación debe sacar provecho de él. La actividad lúdica es un dominio en el que están presentes las tendencias y necesidades que posteriormente estarán en juego en la vida del adulto.”⁷²
- **Método Dewey:** Este método analiza que el pensamiento no es solo una actividad de la mente sino un instrumento de acción para satisfacer las necesidades del individuo. Basa su pedagogía en el laboratorio de las experiencias todas las construcciones del conocimiento están en el ensayar y el saber. “El alumno siempre está en condiciones de tener un conocimiento sobre el cual es posible formular hipótesis para posteriores pruebas, que le llevaran a nuevos conocimientos.”⁷³
Este es un método del empirismo y el pragmatismo en la escuela actual.
- **El Sistema Freinet:** “La propuesta pedagógica de Freinet se apoya en el concepto rousseauiano de naturaleza como componente físico-psicológico. Toma de Decroly los centros de interés, a los que denomina complejos de interés y método global de la lectura. Sus elementos de la escuela activa son:

⁷² IDEM, 83pp

⁷³ IDEM, 84pp

- Relación trabajo-juego.
- Desarrollo de habilidades instrumentales en escritura y cálculo.
- El tanteo permea la experiencia.
- Privilegia el interés y la actividad.

Freinet destaca la importancia del proceso de cooperación entre los distintos estamentos de la comunidad educativa. Disciplina y libertad están íntimamente relacionados, y deben desarrollarse sin imposición.⁷⁴

Con ello llegamos a las tendencias actuales de la pedagogía:

- **Las Orientaciones Cognoscitivistas:** Se basan en la obra del Piaget que considera la epistemología como el estudio de conocimiento y desde donde se desarrolla el interés por el mismo. Las principales actividades son la adaptación y la organización que están presentes en la vía biológica como en la intelectual. “La adaptación comprende asimilación y acomodación. La asimilación consiste en la introducción del material a partir del entorno. La acomodación se refiere a las modificaciones efectuadas por el organismo para la utilización de los materiales utilizados. En lo psicológico, la analogía supone que la información proveniente del entorno se asimila por la mente y se producen, en las estructuras mentales, cambios para acomodar la nueva información.”⁷⁵

⁷⁴ IDEM, 84pp.

De esta manera el niño enfrenta los cambios de la realidad con conductas como el lenguaje, las actitudes morales, la solución de problemas, la percepción y el juego.

Así avanza el proceso del conocimiento adquiriendo estructuras cognoscitivas que lo hacen sujeto cognoscente.

- **Constructivismo:** Para este método el aprendizaje es significativo en cuanto es constructivo, cuando el alumno no solo recibe, repite o internaliza conocimientos con asociaciones arbitrarias, sino cuando construye grandes cuerpos de conocimientos a partir de conocimientos previos que ya posee. La construcción constructivista sitúa el aprendizaje en el proceso de interacción de la actividad mental del alumno con objetos de su entorno o alrededor.

El aprendizaje necesita:

1. La actitud favorable (motivación).
2. La significatividad lógica y psicológica de lo que se aprende.
3. La funcionalidad del conocimiento.
4. La calidad de la orientación del aprendizaje para construir el conocimiento y la experiencia en un ambiente de actividad del sujeto.

Una perspectiva del constructivismo es el aprendizaje significativo y funcional que perfecciona e incrementa la estructura cognitiva convirtiéndola en instrumento de la

⁷⁵ IDEM, 85pp.

cognoscibilidad, con mayores capacidades para conocer tanto en extensión como en profundidad. Estos son los instrumentos teóricos por los cuales el niño construye un conocimiento a través de este método.

- **Pedagogía Conceptual:** “El enfoque general de la pedagogía conceptual se basa en cuatro grandes principios:
 - a) **La creatividad:** Esto quiere decir una actitud experimental permanente. Una familiarización con los avances que ha tenido la ciencia. El logro de la capacidad para la innovación tecnológica, sobre la base de lo que la ciencia desarrolla.
 - b) **Pensamiento sistémico o global:** El diseño curricular pone su atención diferente en el desarrollo del pensamiento y de la comprensión mediante la formación de operaciones intelectivas y el manejo de instrumentos del pensamiento (nociones, proposiciones, conceptos, categorías y paradigmas).
 - c) **Capacidad de abstracción:** El proceso de abstracción sigue un camino que va de lo más concreto y simple que son las nociones del mundo y de las cosas, y avanza abstrayendo hacia los mayores niveles de abstracción y de complejidad que es el pensamiento formal.

- d) **Cooperación:** Este es el campo del desarrollo de las habilidades sociales y comunicativas. El principio se refiere al sistema valorativo humano que el niño tiene presente y funciona de modo superficial, constituyendo su personalidad.”⁷⁶

Estos son los principios de los que parte la Educomunicación que a continuación vamos a analizar.

1.5.1 EDUCOMUNICACIÓN.

Como ya se ha mostrado anteriormente las diferentes teorías de la educación y comunicación en ellas está implícito un proceso más global debido a la relación existente entre estas dos es por ello que Daniel Prieto Castillo denomina a este proceso como Educomunicación “este campo de la actividad comunicacional no tendría la pretensión de reducir la educación a comunicación, de entender todos los procesos educativos a la luz de la comunicación, ni de centrar o crear ex profeso elementos o materiales educativos con las especificaciones que demanda la comunicación. Busca el aprovechamiento de los elementos producidos y puestos en circulación por la comunicación y por los medios masivos para emprender procesos que contribuyen al desarrollo educativo. Es decir, la educación y los educadores encuentran en la comunicación y en los medios pretextos y contextos a través de los cuales se propicia el desarrollo del aprendizaje.”⁷⁷

⁷⁶ IDEM, 91 -92pp.

⁷⁷ IDEM, 134pp.

Es por eso que Daniel Prieto Castillo en su libro “La Comunicación en el Diseño y en la Educación” realiza una comprensión del proceso comunicativo de la siguiente manera:

- Ejercicio de la calidad de ser humano.
- Expresión.
- Interacción.
- Relación.
- Goce.
- Afirmación del propio ser.
- Sentirse y sentir a los demás.
- Abrirse al mundo.
- Apropiarse de uno mismo.

Y divide al proceso de la educomunicación en cuatro fases:

- **Fase de Emisión:** Cuando se emite un mensaje la importancia del proceso esta dispuesta en una persona o grupo de personas que antes se confundía con los medios de comunicación. El emisor es aquel que tiene el poder de la persuasión sobre los individuos sus conductas, manifestaciones expresas y los impulsos o causas ocultas en las zonas de su inconsciente. A Prieto le preocupa “el hecho de que a todo individuo, grupo o institución “emite” siempre, lo sepa o no, lo quiera o no, a través de los distintos modos y acciones.”⁷⁸

⁷⁸ IDEM, 135pp.

- **Fase de Mensajes:** Otra preocupación, dentro de la comunicación, es el contenido de los mensajes. “Se ha hablado del “análisis del contenido” que no es otra cosa que determinar el grado de referencialidad que tiene un mensaje. El análisis semiótico, por último, se ha dedicado a la lectura de mensajes, y atiende a los contenidos ideológicos o las caracterizaciones de cada tipo de mensaje. Trabajar mensajes supone capacidad de diseño, conocimiento de los temas, actitud crítica, y manejo de las reglas pertinentes a cada género de mensajes.”⁷⁹
- **Fase de Circulación:** Hace referencia a los medios de transmisión del mensaje por encima de los medios convencionales por sitios alternativos y en dimensiones macro o masivas o niveles micro, en donde el lenguaje juega un papel primordial.
- **Fase de Percepción:** “Se afirma que el lector o consumidor de mensajes no deja de interpretar, de reconocer y de dar significados a cada cosa, gesto, palabra, mirada o espacio que percibe.”⁸⁰ de acuerdo a las predisposiciones, esquemas y contextos culturales de los que está rodeado.

Es así que como parte de ese proceso encontramos a la comunicabilidad, la misma que es entendida de la siguiente manera:

- Máxima intensidad de relación lograda en las instancias de aprendizaje:

⁷⁹ IDEM, 135-136pp.

⁸⁰ IDEM, 136pp

- La institución con sus docentes, estudiantes y el contexto.
- Los docentes entre sí y con los estudiantes
- Los estudiantes entre sí y con los medios, los materiales y el contexto.
- Cada uno consigo mismo.

El aprendizaje comunicacional dentro del sistema educativo permite adiestrar:

- La capacidad de reconocer el intercambio y la negociación de significados, saberes y percepciones.
- La capacidad de reconocer las tácticas de la palabra, el juego del diálogo, la interlocución y la escucha, en las relaciones institucionales y sociales en general.
- Las relaciones presenciales o bien mediadas por recursos verbales, visuales, verbal visuales y por las mediaciones tecnológicas en general.

Hemos venido hablando de la educación y la pedagogía como procesos que van de la mano, uno junto al otro siempre. Igualmente en la educomunicación existe un eje pedagógico que permite realizar:

- Acuerdos mínimos sobre la misión, políticas o proyecto pedagógico.
- Consecuencias de esos acuerdos para la práctica en todos los subsistemas.
- Reconocimiento y apropiación de los alcances y consecuencias del eje pedagógico por parte de todos los miembros del sistema.
- Eje pedagógico: del saber al saber ser.

- Posibles contradicciones y conflictos centrados en el saber ser.
- El aprendizaje da la capacidad de relación, oportunidades y tiempo para la misma.
- Comprende todos los medios dedicados a hacer llegar a los estudiantes los materiales de aprendizaje, a comunicar a tutores y alumnos, a permitir la comunicación con otros participantes, a permitir la comunicación con la cultura ofrecida a través de recursos tecnológicos.
- Posibilidades de los recursos de comunicación según grupos de destinatarios.
- Posibilidades de los recursos según lo disponible en la organización.
- Posibilidades por asociación con otras organizaciones. El aprendizaje de la comunicación por parte de todos los participantes en el sistema.
- Problemas de comunicación por falta de respuesta de los tutores, por tardanza en la llegada de los materiales, por problemas de conectividad, por características de los materiales, por respuestas del personal administrativo...El aprendizaje de la comunicación por parte de todos los participantes en el sistema.
- Problemas de comunicación por falta de respuesta de los tutores, por tardanza en la llegada de los materiales, por problemas de conectividad, por características de los materiales, por respuestas del personal administrativo...

El principal instrumento que vamos a utilizar en este proceso, para el proyecto, es la radio, que aplica la educomunicación en lo que se conoce como educación a distancia donde existe discontinuidad tiempo-espacio; además existe como un tipo de radio: Radio Educativa que la veremos más adelante. La radio utilizando el complemento educomunicativo puede motivar en los alumnos para que realicen:

- Actividades fundamentales: organizar, producir y difundir variados recursos pedagógicos para el aprendizaje a distancia.
- Funciones pedagógicas y funciones operacionales, organizacionales y administrativas.
- Educación tradicional: funciones pedagógicas, en cuanto a personal, por encima de las funciones no pedagógicas.
- En el EAD (Educación, Administración y Difusión): Entran funciones nuevas, como la producción y difusión de materiales, el seguimiento con el apoyo de tecnologías...Necesaria relación entre las actividades pedagógicas y no pedagógicas. Se trata de una cadena de actividades.
- Influencia de lo pedagógico en el resto del sistema.
- Influencia de lo tecnológico y lo administrativo en las decisiones pedagógicas.

El medio de la radio que cumple la misión de la mediación pedagógica: Llamamos pedagógica a una mediación capaz de promover y acompañar el aprendizaje.

Con todo esto podemos afirmar lo que dice Daniel Prieto Castillo que: El resultado de un acto educativo es también, y fundamentalmente, un resultado de lenguaje.

Con todos estos elementos podemos definir a la educomunicación como: “Una disciplina caracterizada por una síntesis organizada de elementos educativos y comunicacionales, para desarrollar creativamente los procesos de aprendizaje, y así acceder libre y productivamente a la multiforme lectura de la realidad social, de los códigos discursivos y de los mensajes

cónicos difundidos por los medios masivos de comunicación social. Entre los elementos de la disciplina se destacan orientaciones y supuestos teóricos, estrategias, métodos y técnicas; mediante los cuáles y con sentido comunicacional se enriquecen las prácticas pedagógicas y didácticas a la vez que se desarrollan destrezas para transformar, sistemáticamente los productos y mensajes difundidos por los medios (radio, prensa, televisión, vídeo, cine, informática, internet, revistas, comics, etc.) en oportunidades para cultivar las percepciones, así como para profundizar conocimientos, desarrollar operaciones intelectuales, reflexionar sobre los problemas comunitarios y sociales, y suscitar la práctica de valores humanos, éticos y cívicos. Las orientaciones para el desarrollo de los procesos pedagógicos, así como el procesamiento para la explicación, comprensión e interpretación de los productos de la comunicación se caracterizan por la praxis del análisis o lectura crítica de mensajes, y por una visión abierta del mundo de la comunicación”⁸¹

Claro que esto no se produce, en el sistema radial comercial que estamos acostumbrados a escuchar, esto es parte de un proceso de radio alternativa.

⁸¹ IDEM, 149 y 150 pp.

CAPITULO III: COMUNICACIÓN ALTERNATIVA

2.1. COMUNICACIÓN ALTERNATIVA.

La radio alternativa parte de la experiencia dada por la comunicación alternativa, pero qué es lo alternativo, está ubicado desde el punto de vista sociopolítico como el tener una opción diferente a la preferida por la hegemonía. En el caso de la comunicación significa tener un espacio de oposición política no utilizando los medios de comunicación masiva acostumbrados.

Según Milton Ortega la comunicación alternativa tiene al menos tres momentos claves:

- **“Experiencias Marginales:** Que implican el flujo comunicativo horizontal en experiencias marginales, canales de comunicación y producción de mensajes alternos a los medios dominantes.
- **Proyecto Comunicacional:** Que debe ser asumido por las fuerzas sociales emergentes.

- **Comunicación Democrática:** Que exige la democratización de las comunicaciones el control sobre los medios masivos, el financiamiento propio del sistema.⁸²

El proceso del proyecto encaja en el primer punto clave ya que nos encontramos siendo parte de una experiencia marginal teniendo un medio de comunicación alternativo en un espacio reducido mostrándose como una opción ante lo hegemónico

“Vemos un desgaste semántico de lo que constituye lo alternativo. No cualquier experiencia de comunicación con medios alternativos constituye comunicación popular o alternativa. El mismo término, dentro del discurso político, se utiliza desde posiciones ingenuas hasta las más encubridoras. Un partido político o una corriente ideológica no se denominan alternativos por simple oposición verbal a otro modelo político.

El discurso desde sectores que desean mantener su dominio, juega con categorías bipolares. Una primera situación que maneja es la de presentar al país un estado caótico y al borde de la degradación moral y ellos presentarse como la “alternativa”, la solución.”⁸³

Además “la comunicación alternativa respeta y valora la creación artística y la producción artesanal. Una sólida base cultural es requisito para la transformación y además condición para utilizar cualquier tecnología apropiada; la vulnerabilidad de una cultura, de un proceso

⁸² Varios Autores, “*Sociedad Alternativa y Luchas Civiles*”, Ediciones Abya Ayala, Quito – Ecuador, 1988, 138pp.

⁸³ IDEM, 141pp.

de comunicación esta en su identidad débil, oscura, penetrada desde los polos de difusión hegemónicos.”⁸⁴

La comunicación alternativa esta caracterizada dentro de lo político, lo social y lo cultural como un espacio democrático, popular y de contracultura a la homogeneización de los medios.

Y este proceso es parte de la propuesta de desarrollo humano vertido por Latinoamérica que proyecta una participación de la población beneficiaria basados en su capacidad de opinar y decidir sobre su propia realidad y futuro.

2.2. RADIO ALTERNATIVA.

“Dentro de la radio alternativa se diferencia un grupo grande de emisoras que no se basan en primer lugar en postulados teóricos sino más bien en la búsqueda concreta de construcción de espacios de comunicación que trascienden el propio medio a representar proyectos de vida ligados a luchas y reivindicaciones de grupos y movimientos diversos.”⁸⁵

Durante su periodo de formación en Latinoamérica este tipo de emisoras se caracterizó por:

- ❖ “Consolidar y defender un proyecto de radio que garantice el acceso a la palabra a todos los grupos o sectores de la población a quienes siempre se les ha negado su uso.

⁸⁴ IDEM, 139pp.

- ❖ Tomar en cuenta las necesidades prioritarias de las comunidades a las que sirve.
- ❖ Representar la diversidad cultural del entorno.
- ❖ Apoyar y promover los cambios sociales necesarios a una sociedad más justa.⁸⁶

El propósito de nuestro proyecto es crear el espacio adecuado para que los jóvenes se manifiesten libremente y con responsabilidad, en un medio donde se ha limitado su participación.

De estas primeras experiencias alternativas surgen otras manifestaciones como la radio ciudadana, educativa, popular y comunitaria.

2.3.RADIO CIUDADANA.

“Es aquella que identificada con su localidad, con la realidad de la población. La radio se asume como un actor más por lo tanto como medio que busca generar propuestas a través del diálogo pero no se inhibe de formular sus propias alternativas. Una radio ciudadana tiene un enfoque de desarrollo humano y local porque cree en la ciudadanía y su capacidad de propuesta como base de la democracia. Las funciones de una radio ciudadana no excluyen a otras funciones como son las de informar, educar y entretener. Una radio

⁸⁵ Geerts Andrés - Van Oeyen Victor, “*La Radio Popular Frente al Nuevo Siglo: Estudio de Vigencia e Incidencia*”, ALER, Primera Edición, Ecuador, 2001, 29pp.

⁸⁶ IDEM, 30pp.

ciudadana complementa todas estas a través de una actitud consciente y responsable de su realidad.⁸⁷

“A pesar de sus similitudes con los demás tipos de radio el concepto de radio ciudadana introduce nuevos énfasis como:

- ❖ El lugar para el individuo: la ciudadanía implica reivindicar a los sujetos individuales y colectivos frente a los poderes.
- ❖ La diversidad entre las radios: no existe una sola y única experiencia de radio ciudadana ni una sola posición ideológica o política valedera.
- ❖ La ruptura con la idea de lo popular como fuerza motriz principal, desde una vocación pluralista y el respeto por la diversidad en la sociedad. Los medios comunitarios son espacios de participación ciudadana donde se expresan todas las voces, se defiende la diversidad cultural y se muestran las desigualdades.
- ❖ La opción explícita por una definición más amplia de los sujetos de la comunicación: partidos políticos, asociaciones vecinales, asociaciones profesionales, agrupamientos de sectores excluidos como homosexuales, pueblos originarios, desocupados para mencionar tan solo algunos.⁸⁸

⁸⁷ Hoerberichts Anouk – López Chang Miguel, “*Comunicación y Radio para el Desarrollo Local*”, Ediciones Abya Yala, Quito – Ecuador, 2001, 47pp.

2.4. RADIO EDUCATIVA.

Para caracterizarla tomamos la experiencia de la radio en la escuela, “el uso de la radio en la escuela la contemplamos como el uso de un nuevo instrumento para la comunicación y para la educación” que se trata de enseñar a los alumnos a tanto a escuchar como a deconstruir los mensajes que cotidianamente escuchan en las radios masivas, “para trabajar con los diferentes recursos sonoros en la escuela necesitamos un aparato tan cotidiano como la propia radio, quizás más aún en el caso de los jóvenes, el audio cassette. Este medio nos permite grabar los mensajes radiofónicos para su posterior análisis; pero además, con el podemos grabar cualquier sonido extraído del entorno en que nos movemos o creado por nosotros mismos, y así poder experimentar con el lenguaje de los sonidos, reproducir e incluso manipular en el momento que queramos el sonido grabado.”⁸⁹

Este es el paso inicial para la constitución de la radio educativa, lo siguiente sería decir “el entorno cultural ha cambiado, y el educador tiene que utilizar nuevos medios que además de los tradicionales. Medios que los alumnos conocen y manejan y sean mucho mejor que los educadores. Pero es tarea de estos ponerse al día, reutilizar esos medios, aprovecharse de ellos para lograr una mayor eficacia en su labor educativa. Sino podemos participar en el proceso de comunicación instituido por los grandes medios de comunicación de masas, que están influyendo, como nunca antes, en la educación de nuestros jóvenes, al menos la

⁸⁸ Geets Andrés – Van Oeyen Victor, “*La Radio Popular Frente al Nuevo Siglo: Estudio de Vigencia e Incidencia*”, ALER, Primera Edición, Ecuador, 2001, 39-40pp.

⁸⁹ Rivera María José, “*El Mensaje Radiofónico: El uso de la Radio en la Escuela*”, Universidad Andina Simón Bolívar, Madrid – España, 1993, 298pp.

escuela puede enseñarles desde niños a elegir y ofrecer la posibilidad de aprender a utilizarlos en ambas direcciones como receptor y emisor.”⁹⁰

Como ejemplo de esto tenemos la radio en la educación a distancia e IRFEYAL.

La radio educativa responde a tres tipos de contenidos en los conocimientos que difunde:

❖ **Contenidos Educativos Formales:** “Estos son típicos de las llamadas escuelas radiofónicas de los años 60 y 70 se extendieron por gran parte de América Latina y aún hoy siguen funcionando en varios países (Guatemala, Costa Rica, República Dominicana, Venezuela, Ecuador y Bolivia). Generalmente los problemas educativos son reforzados por materiales impresos (cartillas) y un monitoreo presencial (maestros-correctores). Los contenidos pedagógicos de los programas están dentro de las normas establecidas por los ministerios de educación. Los alumnos que son aprobados mediante exámenes formales reciben diplomas homologados u oficialmente reconocidos. De esta forma se les permite continuar los estudios dentro del sistema educativo del país.

Generalmente se tratan contenidos que brindan una segunda oportunidad para adultos, que no terminaron la escuela durante su juventud.

❖ **Contenidos Educativos no Formales:** La emisora brinda actividades educativas organizadas y sistemáticas, pero que están fuera del sistema escolar formal. Normalmente esta educación prepara para conocimientos específicos y bien definidos, muchas veces dentro de los marcos de proyectos de desarrollo.

⁹⁰ IDEM, 298pp.

Muchas radios ofrecen este tipo de contenidos, por ejemplo mediante programas de salud, técnicas agrícolas o de crianza de animales, de agroforestación, etc.

- ❖ **Contenidos Educativos Informales:** Las radios ofrecen programas sin organización en especial, pero que, por sus contenidos y enfoques, provocan en el oyente la adquisición de conocimientos, actitudes y aptitudes. Se toma como punto de partida que los sujetos, enfrentados a esa programación radiofónica, tengan su propia capacidad para transformar lo escuchado y darle utilidad mediante la construcción de un significado de acuerdo al contexto. Dentro de la radio educativa son estos los contenidos los que tienen mayor relación con las organizaciones comunitarias y la cultura popular.”⁹¹ Son estos los contenidos que podemos desarrollar en una experiencia como nuestro proyecto.

2.5. RADIO POPULAR.

“Según Roberto Pepino (radialista italiano), la radio trata de constituirse en un espacio democrático y participativo, donde los sujetos tradicionalmente excluidos de la toma de decisiones puedan colaborar directamente en la creación de formas nuevas y contenidos innovadores de acuerdo con el mismo proceso de cambio social que propician estas intenciones. En 1980 se anotan los siguientes puntos como características de la radio popular:

⁹¹ Geets Andrés – Van Oeyen Victor, “*La Radio Popular Frente al Nuevo Siglo: Estudio de Vigencia e Incidencia*”, ALER, Primera Edición, Ecuador, 2001, 31-32pp.

- ❖ Contenidos que correspondan a los intereses del pueblo y que les sirvan para el desarrollo.
- ❖ Producciones en lenguaje popular narrativo, coloquial, con humor y libertad de sugerencias.
- ❖ Productores que representan la identidad popular y que impulsan la participación del pueblo en todo el proceso de la radio.

Algunos rasgos fundamentales de las radios populares son:

- ❖ Tiene sentido de proyección (tiene utopías de cambio).
- ❖ Es eminentemente educativa (apoya la apropiación y profundización del saber).
- ❖ Es crítica y concientizadora (cuestiona y forma sujetos con voz propia).
- ❖ Es participativa (apropiación del medio, democratiza la comunicación).
- ❖ Es intercultural (promueve integración desde las características propias del pueblo).
- ❖ Es relacionadora (de individuos, grupos, comunidades, permitiendo el intercambio y la unión de fuerzas).
- ❖ Es social (está basada en la vida cotidiana del pueblo).
- ❖ Es útil (de servicio social, es compañía, defiende la calidad de vida).
- ❖ Es alternativa (no responde a la lógica comercial).
- ❖ Es competitiva (disputa los primeros lugares, busca legitimar su labor).⁹²

⁹² IDEM, 35pp.

2.6.RADIO COMUNITARIA.

Siguiendo la construcción de las experiencias de radio comunitaria que dio formación de AMARC podemos caracterizar a la radio comunitaria como: “el concepto de radio comunitaria y su movimiento tiene la connotación de lo pequeño, lo local o, inclusive, de lo micro – regional. Esto se debe en al origen de la palabra (comuna, comunidad). La radio comunitaria se diferencia de otros medios en las tres lógicas de funcionamiento que tienen cualquier proyecto comunicacional:

- ❖ La lógica de rentabilidad económica.
- ❖ La lógica de la rentabilidad política
- ❖ La lógica de la rentabilidad sociocultural.

La radio comunitaria se define cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses, cuando responde a los gustos de la mayoría, y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente ; cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula diversidad cultural y no la homogeneización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamado publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras... esa es una radio comunitario.”⁹³

⁹³ IDEM, 36-37 pp.

Para diferenciar estos procesos y experiencias del tipo de radio o medio de comunicación que estamos acostumbrados cotidianamente a escuchar, como lo es la radio comercial, razón por la cuál presentamos el siguiente análisis de una radio comercial, específica en el Ecuador como lo es Radio Centro.

2.7. ANÁLISIS DE LA RADIO COMERCIAL.

2.7.1 EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN.

Este análisis esta basado en lo escuchado en los programas “El Gran Musical” de Christian del Alcazar Ponce y “A Toda Música” de Roberto Álvarez Wanderberg, los demás fueron solo revisados como parte de la programación.

A) OBSERVACIÓN: Para este punto se tiene que tomar en cuenta investigación de la audiencia de la radio, mediante diferentes formatos como rating, surveys, sondeos, etc. Radio Centro tiene una audiencia fiel por años, ha sufrido varios cambios y renovaciones con el fin de abarcar mayor audiencia, por eso la entrada de Christian del Alcazar Ponce, que cambia la programación de la mañana desde hace más o menos 5 años; otro programa de renovación, que también tiene 5 años; es “Hola Gente” con Roberto Rodríguez Reyes, el ingreso de dos personajes que han destacado tanto en el medio televisivo como el radial, dio una cara nueva a la radio, pero desde ese tiempo, ya no se ha realizado renovaciones de programas sino más de locutores como es el caso de “Contacto con las Estrellas” que ahora lo maneja Edita Zavala, programa que es una tradición de Radio Centro. Estos datos los podemos conocer porque hemos escuchado

la radio desde pequeños. Hay entonces una investigación de audiencia y observación del medio cuando se renueva con dos personas que la gente conoce y la audiencia femenina sigue a Roberto Rodríguez Reyes desde la TV. Se valida con esto al grupo humano se va llegar, radio centro con su música y programación quiere llegar a un público de estrato medio alto, que escucha su programación de diferentes puntos y ocupaciones a toda hora; su programación del medio día es de música suave y tranquila como para disfrutar del almuerzo y en la tarde es más para los jóvenes que salen de los colegios, ya que son ellos los que hacen las llamadas, en el programa de Roberto Álvarez Wandenberg.

B) ORDEN: Se comienza con el “Noticiero Noti Hoy” con una duración de una hora, después viene “El Gran Musical” que es un programa de tres horas, el programa del medio día es “Zona Vip” que es de música suave y tranquila con una duración de dos horas y media, a las 2:30 de la tarde entra Roberto Álvarez Wandenberg con “A Toda Música” hasta las 5 de la tarde, es hora de “Hola Gente” con Roberto Rodríguez Reyes, y a las 7 de la noche otra vez “Noti Hoy”, para de 7:30 venir “Contacto con las Estrellas” hasta las 9 de la noche. Si vemos la estructura y el orden de esta forma los noticieros están puesto sistemáticamente en el horario donde la gente quiere enterarse de la noticias y el de la noche es solo un comprimido de media hora, además esta radio utiliza el minuto deportivo en todos los programas para mantener informado a la gente sobre el deporte. De ahí en adelante viene el programa el “Gran Musical” en el horario de trabajo de oficina, y son tres horas que a mi me parece mucha carga para un programa, pero como es musical y comercial puede mantener. (Mirar en anexos horario y programación).

C) TRANSMISIÓN CULTURAL: Si se dice que todo lo que se transmite es cultura. Veamos que es lo que emite la radio, para ver que tipo de cultura quiere dejar. La información que se da durante los programas, que no sean noticieros, son chismes de la farándula, no solo nacional sino internacional, información que es sacada del Internet.

“El Gran Musical” se especializa en películas y de los artistas de Hollywood, ya que el locutor aprovecha la información que da en su programa de televisión “Espectacular”.

Se emite información de un artista determinado e inmediatamente se pone una canción que lo identifique o que sea suya.

En el caso de la música es caracterizada la mayoría como Pop y balada Pop, pero también se pone un poco de música del recuerdo en la primera hora de programa de Christian del Alcázar Ponce.

Además tenemos la publicidad, lo que se quiere es un público consumista, que compra los productos y discos que los programas emiten y que tiene un nivel de clase medio a medio alto.

Analizamos los nombres todos tienen que ver música, “El Gran Musical” y “A Toda Música”. “Hola Gente” quiere decir saludo a todos, pero hay que tomar en cuenta que es una cultura de masas. Con la política de un medio de comunicación de masas.

D) ENTRETENIMIENTO: En este caso si se utilizan bien los formatos de la radio, porque lo que les interesa vender. Existen juegos y concursos especialmente en el Programa de Roberto Álvarez Wandenbeg, el juego del número y pierde, empata o gana, que son juegos computarizados. Con premios que atraen a la gente como entradas a conciertos o cds.

Los programas utilizan cortinas musicales, que producen la identificación de la gente con el programa, y avances que promocionan la programación puesta en el mismo horario.

La música es un poco más movida, siempre se trata de emitir más animo que emoción sentimental triste. La publicidad busca siempre en estas radios promover el entretenimiento porque eso es lo que vende desde la buena voz del locutor hasta la buena música.

2.7.2 ANÁLISIS DE RADIO CENTRO

2.7.2.1 Políticas

Cabe aclarar que las mismas serán tomadas del análisis del informativo “Noti Hoy”.

- **Toma de decisiones:** El noticiero tiene una organización al igual que la radio jerárquica que se da de la siguiente manera:
 - Director General de la Radio: Sr. Edgar Yáñez.
 - Directora del Noticiero: Sra. Carmen Andrade.

- Productor: Byron Gallegos.
- Conductores del Noticiero: Rodolfo Muñoz y Carmen Andrade.
- Reporteros Quito: José Robalino y Alexandra Ávila.

De la manera que hemos descrito la información recopilada por los reporteros dependiendo de las fuentes tendrá que llegar al productor y después a la directora del noticiero, para ser evaluado y debidamente redactado antes de cualquier emisión del mismo. Y así se tomarían las decisiones para el resto de la programación la cual pasa por las manos del director general.

- **Tecnología:** Radio Centro tiene una cobertura nacional a través de las repetidoras en las ciudades de Quito, Santo Domingo, Imbabura y Salinas con la frecuencia de 97.7FM; Chimborazo frecuencia 94.1FM; Esmeraldas frecuencia 94.7FM; Manabí frecuencia 94.9FM y Los Ríos 98.3FM.

Las cuales son propiedad de la red nacional Radio Centro; además lo retransmiten Radio Música y Sonido 92.9FM Quito; Hoy La Radio 97.3FM y 1110AM Quito y Rock & Pop 90.9FM Guayaquil. Estas emisoras comparten la emisión del noticiero NotiHoy.

La infraestructura tiene:

- Cabina 1: Noticiero.
- Micrófonos.
- Stand para conductores y entrevistados.

Máquina de enlaces.

➤ Cabina 2: Programación General

Computadora (sistema digital).

Equipos de Operación (consola).

Micrófono.

Musicoteca general.

➤ Cabina 3: Rock & Pop (Guayaquil).

Computadora (sistema digital).

Amplificación.

Equipos de operación (consola).

Transmisor.

➤ Cabina 4: Grabados y Pre- grabados.

➤ Espacio para consola master.

➤ Recepción de llamadas al aire.

➤ Área comercial y administrativa.

- **Formatos:** Los formatos generales de la radio que pueden determinar sus políticas son: noticiero, espacios musicales, avances, enlaces, publicidad en general.

Hay que destacar que cada espacio o programa musical tiene una duración aproximada de dos horas al aire. Esto determina que se tiene que brindar el espacio adecuado a la música, publicidad y concursos para lograr entretener al público y hacerlo su cautivo.

- **Fuentes:** Enlaces internacionales con la Cadena BBC de Londres, Caracol de Colombia, Caracol de Miami, Nederland de Holanda y Voz de los Estados Unidos de América. Además tienen corresponsales en puntos estratégicos de nuestro país y reciben información de las siguientes emisoras amigas: La Voz del Tomebamba de Cuenca, Radio Mundial de Riobamba, Radio El Cisne de Sucumbíos, Radio Elite de Latacunga, CC Radio de Portoviejo y Radio Caricia de Otavalo.

Esto da a conocer que la información manejada en la emisora tiene credibilidad nacional e internacional.

- **Personal:** Anteriormente se realizó la descripción del personal del noticiero, a continuación ponemos a consideración a las personas que realizan las funciones de locución, producción y operación de sus programas:

- Christian del Alcazar Ponce
- Francis Xavier Carrión
- Roberto Álvarez Wandemberg
- Roberto Rodríguez Reyes
- Edita Zavala
- Joaquín Núñez
- Fabricio Flores
- Esteban Rubio

2.7.2.2. Posicionamiento

- **Slogan:** “Radio Centro siempre la primera.”

Esto quiere decir que intenta llegar primero a los oyentes y es lo que busca con su programación general y el noticiero. Además cada programa tiene su propia identificación que tiene mayor relación con el nombre del programa que con lo que se emite.

- **Avances y Enlaces:** Cada programa maneja un mínimo de tres avances que no se refiere a la presentación de contenido o segmentos sino a la función que quiere cumplir la radio hacia el oyente (compañía).

El cambio de avances o enlaces se hace cada trimestre esto significa que busca dar una dinámica de renovación a los oyentes.

- **Cortinas:** Cada programa tiene su cortina de identificación que no es cualquier canción como lo era hace 5 años, en donde toda la programación tuvo que cambiar.
- **Locutores:** La mayoría de voces mantienen un prestigio dentro del medio durante años e incluso mantienen programación en televisión, por ejemplo Christian del Alcázar Ponce del “Gran Musical” y del programa “Espectacular” en Canal 1; Roberto Álvarez Wandemberg y Roberto

Rodríguez Reyes de los programas “A Toda Música” y “Hola Gente” además del programa “El Especial” de Gamavisión; finalmente en “NotiHoy” tenemos a Francisco Herrera Arauz.

- **Formatos:** Como lo dijimos anteriormente los programas tienen una duración aproximada de dos horas, pero dentro de ellos no se usan formatos pequeños más que en el noticiero.

En este momento es conveniente dar a conocer los programas y la imagen que manejan:

- **“El Gran Musical”:** El nombre denota que se quiere abarcar todos los géneros musicales pero durante la primera hora de programación solo se emite música del recuerdo, en la segunda y tercera hora de programación alterna música actual con información de la farándula.
- **“Zona Vip”:** Su nombre denota libertad o autorización para un grupo determinado. La música que emite es tranquila porque su horario es el del almuerzo.
- **“A Toda Música”:** Este nombre crea la perspectiva que despertar el ánimo del oyente a través de la música. Su locutor es un tanto

innovativo, pero abusa de ciertos elementos de su programa, los mismos que llegan a saturar al oyente (pajarito).

- **“Hola Gente”**: Crea un puente entre el programa y el oyente debido a que con su nombre invita a que lo escuchen; utiliza música más juvenil y actualizada, pero realiza un énfasis en ritmos pegajosos para bailar.
- **“Contacto con las Estrellas”**: Cabe enfatizar que este programa se ha mantenido por años, aunque ha cambiado de locución el lineamiento musical continúa siendo igual, alterna música de los ochenta y noventa. Su nombre denota el encontrarte junto a las estrellas de la música.
- **“Al Tope de los Éxitos”**: Programa de Diego “Cheito” Grijalva, además de ser el programa que hace la lista de los éxitos semanales a nivel nacional, también realiza el enlace con Latinoamérica, Europa y Estados Unidos.
- **Entretención**: A más de la música se busca dar alternativa de concursos, especialmente en el programa “A Toda Música”, con el concurso del número y del pierde, gana o empata. La diversión está en los enlaces, avances y cuñas radiales de publicidad.

Como es una radio comercial el eje está con entretener con todo lo mencionado sin importar una de las reglas: Educar.

Durante toda la programación no hay emisión musical de salsa, cumbias o merengue.

Su fuerte radica la música pop.

2.7.2.3. Manejo Institucional de la Emisora

- **Agenda y Relaciones:** Mantienen un buen manejo, orden y organización con lo referente a su programación, horarios y contactos (especialmente con el noticiero).
- **Temas:** No hay una selección de un tema específico o especial para toda la programación diaria como lo hace Radio Latacunga que elige un tema bimensual y lo desarrolla al máximo en cada una de sus programaciones.
- **Venta de Publicidad:** Su objetivo principal se enfoca en este campo, debido a que las ventas de publicidad mantienen la programación con auspiciantes y empresas disqueras con las cuales maneja convenios para su desenvolvimiento.

2.7.2.4. Proximidad con el Público

El público objetivo de Radio Centro esta determinado por personas jóvenes, de clase media y alta, y que sin duda mantienen simpatía con la programación en general y sus locutores.

Buscan una proximidad con el público, cuando por ejemplo entablan un diálogo con el oyente omnipresente o presente a través del teléfono.

Este análisis de Radio Centro es justificado de acuerdo al tercer objetivo específico del Plan de Tesis (ver anexo 1).

Para poder ampliar y especificar éste análisis, hemos decidido, hacer un estudio técnico con los sistema de validación y evaluación de los programas de radio, como lo son: **INCRA** (Inteligible, Novedoso, Correcto, Relevante y Ameno), **AIDA** (Atención, Intención, Dinámico y Ánimo) y **CASPE** (Conocimientos, Actitud-Aptitud, Sentimientos, Prácticas y Esperanzas) del programa de Roberto Álvarez Wandemberg “A Toda Música”; de la misma forma será analizado el programa “Ritmhablando” de Radio Estridente. Para hacer una comparación entre los dos.

2.7.2.5. Estudio Técnico del Programa de Radio “A Toda Música”

Inteligible: Significa que es inteligentemente estructurado, el programa tiene una estructura y una organización, se entiende claramente el locutor con el programa.

Novedoso: Existe la intención de mostrar algo nuevo, solo con el hecho de dar noticias actualizadas y concursos, pero eso no represente originalidad, por lo tanto no cumple con este punto.

Correcto: Técnicamente es correcto no existen baches, ni cortes bruscos, parece que es pregrabado. Si miramos el formato de programa musical, debería de hablar de la historia musical, los ritmos musicales, instrumentos y sus familias; elementos que no son tomados para el programa.

Relevante: ¿Puede ser relevante para el mundo juvenil actual, un programa que presenta solo música y noticias actualizadas, comerciales, propagandas y concursos? Para el medio comercial y de marketing si, pero para la audiencia juvenil y sus problemáticas no.

Ameno: Los concursos que realiza el locutor junto con la música hacen ameno el programa pero no es suficiente para el tiempo total del programa.

Atención: La audiencia puede mantener la atención al programa en algunos momentos como: los concursos por el interés de ganar los premios y en cierta música; pero en el contenido de las noticias de farándula no lo hace totalmente porque la audiencia puede realizar otra actividad.

Intención: La intención del productor del programa es difundir la música de determinada casa disquera, publicitar negocios o marcas comerciales.

Dinámico: Mantiene cierto dinamismo estructural porque mezcla correctamente todos los elementos musicales, comerciales y de concurso sin existir redundancias.

Ánimo: Todos los programas de música intentan dar ánimo, alegría y vigor a su respectiva audiencia. Esto es lo que hace el locutor al decir palabras como: “Vamos a inyectarle positivismo a esta tarde”.

Conocimientos: ¿Son conocimientos las noticias de farándula actualizada?

La respuesta es simplemente no porque no toca problemáticas o elementos esenciales para su audiencia.

Actitud – Aptitud: La actitud de la audiencia frente a lo que escucha en el programa puede ser de alegría y ánimo, en ocasiones sentimientos por alguna canción pero nada más. La aptitud del locutor se demuestra en el talento de su voz, pero no demuestra capacidad para apegarse a un formato definido.

Sentimientos: Alegría, melancolía, odio, amor, dolor, entre otros sentimientos que pueden representar en oyente las canciones que está escuchando.

Prácticas: Los concursos son prácticas para animar un programa radial, las llamadas al aire, mensajes de celular o email son prácticas que demuestran el nivel de audiencia. Pero no existen prácticas de formatos radiales pequeños como por ejemplo: entrevista, noticias, reportaje, etc.

Esperanzas: La única expectativa que proyecta el programa es la comercial.

2.7.2.6. Estudio Técnico del Programa de Radio “Ritmhablado”

Inteligible: Tiene una estructura y eso se demuestra en la preparación de un guión definido (ver anexo 8), que es trabajo de pre-producción que no se divide en el programa de radio centro.

Novedoso: Mostramos un programa que habla de un ritmo musical de actualidad y que además lo hace con un formato de foro – debate dando factores a favor y en contra del Reggaeton, todo eso resulta novedoso en radio.

Correcto: Existen pequeñas fallas técnicas debido a su inexperiencia y a que no se cuenta con los equipos que tiene Radio Centro, tiene equivocaciones y se traban todavía en algunas palabras debido al nerviosismo que esto representa ya que es su primera vez, mientras más programas hagan este nerviosismo ira acabando.

Relevante: El tema es relevantes, ya que el Reggaeton es ritmo musical que les gusta muchos jóvenes en la actualidad y ellos esta expresando su opinión sobre el tema.

Ameno: La música y la interacción entre locutores es lo hace ameno al programa aunque todavía les falta ánimo al locutor.

Atención: Esto lo podemos medir, ya que vemos mucha gente que se dedica a escuchar por los parlantes y mantiene la atención en lo que están diciendo, debieron dar paso a opiniones del público para que se mantenga esta atención.

Intención: La intención es difundir información sobre el ritmo musical “Reggaeton” como el ritmo de expresión los jóvenes en música y baile.

Dinámico: La interacción y la participación de varios locutores lo hace dinámico al programa, pero les falta motivación al hablar se nota muy leído algunas palabras.

Ánimo: La música, el saludo y la despedida es la mejor forma como trataron de imprimir animo en el público, pero se caen en la lectura de los textos, debido al nerviosismo; contrariamente Roberto en su programa muestra seguridad de lo que esta haciendo.

Conocimientos: Tenemos conocimientos e información de un ritmo musical en espacial que es el reggaeton, con una investigación hecha por lo mismo chicos lo que no demuestra el programa “A toda música”.

Actitud – Aptitud: Una parte audiencia se muestra motivada al escuchar a sus compañeros locutando, pero otra parte ya que no le gusta el ritmo musical esta aburrída o se dedica a jugar, ya que el programa es emitido en el recreo.

Sentimientos: La música es para bailar, para expresar sentimientos pero con alegría. A los muchachos les falta ánimo y seguridad, dan a sentir un poco de aburrimiento.

Prácticas: La participación de cinco locutores, la interacción directa con el público; las opiniones de artículos periodísticos sobre el tema son las prácticas que se muestran en el programa.

Esperanzas: La expectativa de que la gente acepte a el reggaeton con expresión juvenil actual.

Hemos visto en cada uno de los elementos del análisis las diferencias existentes entre un programa y otro. Lo que da valides a este capítulo y su concepción.

CAPITULO IV: NATURALEZA DEL PROYECTO

3.1. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROYECTO

Las personas buscamos comunicar y comunicarnos lo que sentimos ante las situaciones que pasan a diario en el colegio: educación, amistad, relaciones interpersonales. Los temas propios de su edad: adolescencia, sexualidad, psicológicos, interfamiliares, drogadicción, alcoholismo. Consecuencias de problemas nacionales como: migración, pobreza, política (apatía juvenil), corrupción, etc.

La radio como medio tiene la obligación de informar, educar y entretener, es por ello que buscamos el estructurar una programación adecuada y acorde a todos los temas mencionados anteriormente, los mismos que son parte del desarrollo personal de cada individuo y también para desmitificar a la radio como medio masivo, es por ello que necesitamos llegar a los individuos; siendo estos parte de los objetivos planteados dentro de nuestro proyecto.

El proyecto quiere entregar un medio de comunicación interna para la libre expresión de jóvenes y adolescentes entre 13 y 17 años, con 1200 alumnos. El club de periodismo será el encargado directo de su funcionamiento y mantenimiento de dicho proyecto; este será debidamente capacitado en técnicas de radio y una actualización permanente de conocimientos durante los tres meses que estemos prestando nuestra colaboración al proyecto.

La radio es un sistema de circuito interno de emisión exclusiva para el plantel, que permitirá mediante un noticiero que la información emitida por las autoridades y estudiantes de una manera ágil y dinámica.

Además tendrá una programación variada que será emitida durante los minutos de recreo y en las tardes habrá foros estudiantiles para los jóvenes que pertenecen a los diferentes grupos extra curriculares de la institución. Dicha programación será escogida y dirigida por los estudiantes tomando en cuenta los requerimientos arrojados por las encuestas.

3.2. FUNDAMENTACIÓN O JUSTIFICACIÓN

El proyecto tiene como finalidad el cubrir la necesidad de mantener a la población estudiantil, profesorado y padres de familia en constante comunicación e información con la institución y sus autoridades. Debido a que los canales de comunicación entre los diferentes estamentos de la institución no han cumplido su función de manera adecuada y suficiente, nosotros hemos presentado una propuesta innovativa para apoyar a la solución del problema, es por ello que creemos que nuestro proyecto es una opción positiva para la Unidad Educativa Municipal Quitumbe.

Es por ello que nos vimos en la obligación de conocer el estado inicial de la institución para medir las posibilidades de aplicación exitosa del proyecto, en medio de este marco realizamos una evaluación de equipos e infraestructura de la cual se arrojó la siguiente información.

Los recursos técnicos son:

- Un amplificador consola.
- Una radio grabadora con CD.
- Un discman.
- Un micrófono Shure.
- 4 cornetas con “drivers” 50 watts de potencia.
- 200 mts del cable grueso. Los parlantes pueden ir ubicados en cada patio, canchas o espacios abiertos debido a la estructura del colegio.
- 2 Cables conectores RCA de Audio.
- Además tornillos, ángulos, etc.

Dentro de la infraestructura cabe anotar que no poseen un espacio físico adecuado es por ello que vemos conveniente y necesario:

- Espacio físico de 4 x 4 metros.
- Espuma flex \$0.20ctvs la plancha.
- Esponja \$2.00 cada una.

El costo del proyecto sería de \$460.00 aproximadamente.

3.3. MARCO INSTITUCIONAL

La Unidad Educativa Municipal Quitumbe es una institución al servicio de la comunidad en general, debido a que su prioridad es la educación de niños y adolescentes del sur de

nuestra ciudad, la misma que es sustentada por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

El rector de la institución Master Gorky Gómez, nos respondió lo siguiente sobre el manejo organizativo e institucional de la Unidad Educativa Municipal Quitumbe:

“Organizativamente nosotros estamos funcionando con un sistema de calidad que es ISO9001-2000 es un modelo de gestión que nos permite modificar algunos conceptos sobre lo que es liderazgo y lo que es poder también. Es decir hemos renunciado en general a las viejas prácticas de autoritarismo, de tiranía de cierto tipo de vicios que han existido en la educación siempre, y más bien poder generar espacios de participación a nivel de maestros, alumnos, padres de familia. Tenemos un gobierno escolar que nos ayuda a articular toda la parte organizativa-institucional en donde los padres de familia, los alumnos y el personal de la institución tienen voz y voto, es decir un criterio de ser considerado en general.

Tenemos toda una estructura para poder administrar a la institución. En la parte pedagógica nos manejamos con un departamento de Coordinación Pedagógica estamos huyendo del concepto disciplina tradicional por lo tanto no tenemos inspectores, tenemos otra figura distinta la de coordinadores disciplinares que nos ayudan a administrar el tema de la organización más que todo como un concepto distinto al verticalismo.

Dentro del sistema de gestión de calidad, nosotros manejamos un comité de calidad, manejamos todo lo que es comisiones permanentes y educacionales a nivel de docentes, manejamos un buen número de comisiones a nivel de padres de familia y todos están organizativamente interrelacionados, pensamos que la institución como tal es un organismo

vivo, lo miramos desde un enfoque sistémico, por lo tanto todos están interrelacionados completamente, las decisiones en general y cuando es posible se las toma de manera participativa casi no hay decisiones unilaterales o vicerales de rectorado, sino desde las instancias pertinentes (junta general, consejo directivo, comisiones, coordinadores pedagógicos) es decir todos tienen un nivel de autoridad, un nivel de poder y pienso que muchísima capacidad de autonomía para poder gestionar procesos propios.”⁹⁴

3.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Capacitar a los beneficiarios del proyecto en los conocimientos básicos de radio para que puedan mantener una programación radial semanal en los recreos, de lunes a viernes.
- Fomentar actividades de integración y amistad en el grupo, así como la participación de los beneficiarios sean estos integrantes del grupo del club del periodismo o los demás estudiantes.
- Estructurar una organización sólida y segura que pueda mantener el proyecto por varios años.
- Instalar el medio de comunicación interna con los equipos necesarios, para que comience a funcionar en el presente año lectivo.

⁹⁴ Gómez Gorky, “*Entrevista*”, Anexo 2 Tesis, Quito - Ecuador, 2003.

3.5. ESTRATEGIAS

Las líneas estratégicas por donde debe caminar el proyecto en cuanto al formar un grupo o una organización son:

- **Motivación Interna:** Tanto al nivel del grupo básico (beneficiarios directos) que van a manejar la radio, como a los demás estudiantes y autoridades del plantel.
- **Estabilidad y Compromiso:** El grupo básico va ser el encargado del proyecto por eso en ellos se debe crear un compromiso para que lo puedan mantener.
- **Expresión Juvenil y Comunicación Local:** Estas son las dos estrategias básicas con las que debe funcionar la radio, ser el medio de expresión de los estudiantes y manejar la información del lugar.

3.6. METAS

3.6.1. Metas Cuantitativas

- Capacitación de 28 estudiantes de octavo a décimo de básica, entre 11 y 16 años, para realizar el trabajo en conjunto de la radio interna de la institución.
- Instalación de la radio de frecuencia interna de la U.E.M.Q. con seis cornetas y la proyección de ampliar su cobertura dentro de la institución.
- Lograr que la comunicación entre autoridades y los 1200 estudiantes se optimice con la radio de frecuencia interna.

3.6.2. Metas Cualitativas

- Fortalecer la libertad de expresión y opinión de los estudiantes de la Quitumbe, a través de los medios de comunicación propuestos.
- Lograr una mayor integración del estudiantado, con los demás actores de la institución: profesores, padres de familia y autoridades.
- Establecer el proyecto de radio y boletín con solidez y proyección de crecimiento, para llegar a ser pioneros en experiencias de este tipo.

3.7. BENEFICIARIOS

La radio tiene su influencia en los beneficiarios por los usos que estos hacen de ella:

“Un primer uso es llenar vacíos, hay la tendencia de escuchar la radio a muy fuerte volumen entonces creo que hay vacíos de relacionamiento que la radio ayuda a llenar en ese copamiento del espacio; también hay una identificación con la música, por ejemplo se puede cantar con la radio, el lenguaje radial permite ser, relacionarse afectiva y emocionalmente. Un segundo uso es estar al día en la temática de conversa, la radio ofrece la música, lo que acontece con los artistas, lo que hay en el cine, que permite tener otro mecanismo de vinculación pero a nivel grupal.”⁹⁵

Es así que el Recurso Humano sería cubierto por los alumnos que recibirán una preparación dispuesta de la siguiente manera:

⁹⁵ Dávalos Saravia Ximena, “*Gente Loca con Ideas Inteligentes: Entrevista con Ignacio López Vigil*”, Quito – Ecuador, 2001.

- Locución
- Guión, Libreto, manejo de equipos
- Formatos pequeños, radio, noticiero radial
- Programación radio fónica

El club de periodismo se reúna todos los miércoles y viernes después de clases, para realizar prácticas y otras actividades como un periódico o boletín paralelo. Una forma en la cuál los propios estudiantes podrían mantener el proyecto podría ser con la publicidad

Se tiene la garantía que aproximadamente más de 1200 personas entre alumnos, docentes y autoridades escucharán la radio cada día y además que no existe competencia en el medio.

Se pueden realizar actividades conjuntas, y encargar al grupo las siguientes tareas dispuestas en un plan estratégico adjunto a este documento, que le permitirán mantenerse y mejorar la calidad de los equipos, en el futuro contar con una computadora.

3.8. PRODUCTOS

- Realización de 300 encuestas entre la población estudiantil de secundaria.
- Evaluación de equipos y espacio físico.
- Instalación técnica y didáctica de la radio.
- Capacitación de los miembros del club de periodismo.

- Asesoramiento en las diferentes áreas pertinentes al mantenimiento y mejoramiento del proyecto.
- Supervisión anual del proyecto para su actualización.
- Paseos, eventos y actividades que ayuden a la integración y la amistad en el grupo, entre estudiantes y nosotros que somos facilitadores del proceso.
- Instrucciones y consejos, sobre como mantener el proyecto por varios años, así como la realización de actividades paralelas como el periódico local y el promocionar actividades de la institución hacia fuera.
- Enseñar el manejo de publicidad radial, y la realización de actividades para obtener recursos económicos, que autogestionen, lo provean cada vez de mejores recursos y mantengan la sustentabilidad del proyecto.
- Trabajar en armar el proyecto de tal manera que pueda ser extendido en otras instituciones educativas.

3.9. LOCALIZACIÓN FÍSICA Y COBERTURA ESPACIAL

La Unidad Educativa Municipal Quitumbe se encuentra ubicada en las calles Rumichaca y Morán Valverde, zona rural en el sector sur de nuestra ciudad, el Distrito Metropolitano de Quito.

El espacio que cubre la Unidad Educativa son 7 hectáreas en donde se encuentran 5 cubículos para las aulas de primaria, secundaria y bachillerato, oficinas académicas y administrativas, centro de computo y audiovisuales. Canchas de básquet, fútbol, patio

principal y espacios de recreación infantil. Infraestructura que abarcara el proyecto con los recursos arriba mencionados.

CAPITULO V: SISTEMATIZACION

4.1. DIAGNÒSTICO

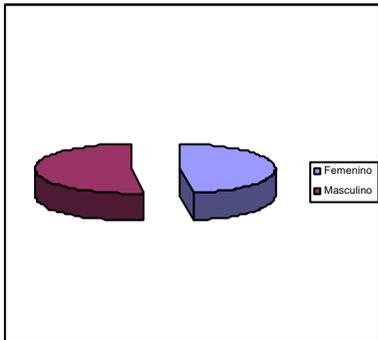
Para esta primera parte de la sistematización del proyecto se tomaron en cuenta 2 técnicas, las encuestas a los estudiantes y la entrevista con el rector de la Unidad Educativa Municipal Quitumbe. De esta manera tenemos la evaluación del proyecto desde las perspectivas de los principales beneficiarios.

4.1.1. Encuestas

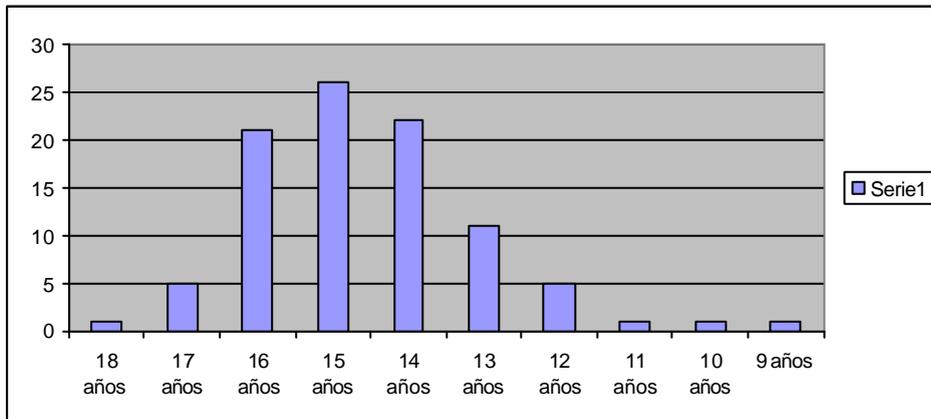
“Consiste en formular una serie de preguntas referentes a un tema. La encuesta si bien tiene cierto nivel investigativo..... La encuesta se la realiza como una forma de sondear la opinión pública respecto a un tema inmediato y de actualidad que suceda en aquella época.”⁹⁶ Tomando como base la encuesta N.- 1 (Anexo 3), se tomó una muestra de 94 encuestas (el 20% del estudiantado), tomando en cuenta que el universo de estudiantes secundarios de la Unidad Educativa Municipal Quitumbe es de 500 alumnos; está muestra arroja los siguientes resultados:

Por Sexo	
Femenino	45
Masculino	49
Total	94

⁹⁶ Varios Autores, “*Investigación Científica I*”, Editorial Mc Graw Hill, España, 33pp.



Por Edad	
18 años	1
17 años	5
16 años	21
15 años	26
14 años	22
13 años	11
12 años	5
11 años	1
10 años	1
9 años	1
Total	94



Pregunta N.-1 ¿Que emisoras escuchan habitualmente? ¿Porque?

Define las preferencias en el medio que se va introducir como proyecto, y que se encuentran alrededor de nuestro país, y nos da un ejemplo que podemos tomar como modelo pero cambiar el formato y dar nuestra propia perspectiva, tomando en cuenta que las emisoras escuchadas tiene un tinte comercial y el proyecto tiene otra visión, las respuestas fueron.

Radios más Escuchadas			Razones			
Joya Stereo	47	50%	Música	50	Información	1
Onda Cero	22	23.40%	Locución	3	Opinión	1
Metro	21	22.34%	Entretenimiento	4	Ninguna	31
Hot 106	10	10.63%	Juvenil	1		
Bruja	6	6.30%	Concejos	1		
Emisoras Escuchadas en Menor Número						
Radio Centro	Kiss	América	Francisco Stereo	Majestad	Genial	

Pregunta N.-2 ¿Que tipo de programas escuchas frecuentemente?

Que define las preferencias de programación que escuchan para utilizarlas de la misma manera en le proyecto fueron.

Programas más Escuchados		
Noticiero	17	18%
Educativo	12	12.75%
Deportivos	33	35.10%
Información	17	18%
Música	91	96.80%
Culturales	19	20.21%

Se buscara de esta manera hacer verdaderos programas musicales como lo exige el formato radial pero sin olvidar lo deportivo, lo cultural y lo informativo que también cuentan como parte importante por lo dicho en la encuesta.

Pregunta N.-3 ¿Te gustaría una radio dentro de la U.E.M.Q.?

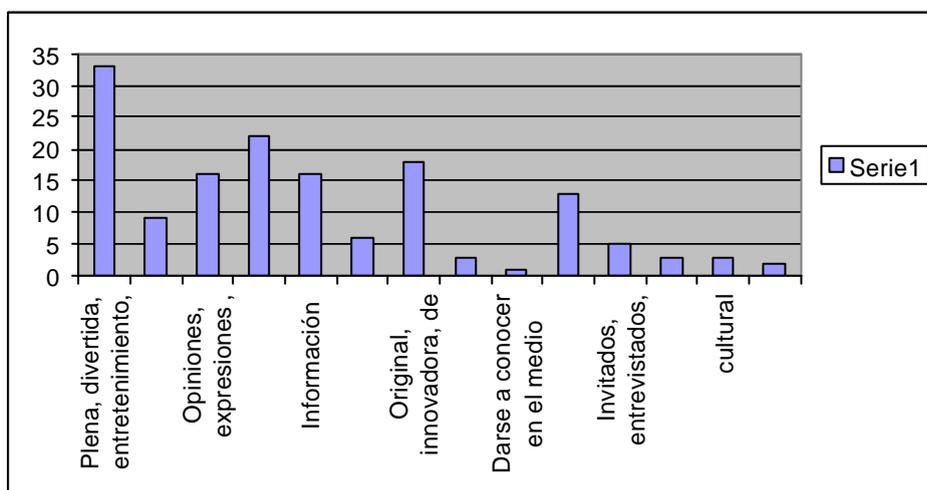
Denota si es que los estudiantes por voluntad propia quieren el proyecto y quieren ser parte de él, entonces esta pregunta da la pauta para seguir adelante.

Radio para la UEMQ		
Si	85	90.40%
No	9	10%
Razones del Si		
Entretenida	Lindo	Cultura
Divertido	Bonito	Identidad
Chévere	Información	Música
Expresión	Innovador	Reconocimiento
Opinión	Diferente	Popularidad
Criterio	Original	Interesante
Importante	Unidad	Discusión
Debate	Propio	

Pregunta N,-4 ¿Como te gustaría que fuera la radio?

Son las características que los estudiantes quieren de la radio.

Características para la Radio	
Plena, divertida, entretenimiento, dinámica	33
Diversidad, libertad, abierta	9
Opiniones, expresiones , interacción	16
Música	22
Información: nacional, educativa, del colegio, de la música, etc.	16
Chismes	6
original, innovadora, de actualidad, diferente	18
Comercial	3
Darse a conocer en el medio educativo por el proyecto	1
Que trate temas juveniles	13
Invitados, entrevistados, estudiantes	5
Educativa	3
Cultural	3
Deportivos	2



Pregunta N.- 5 ¿Que tipo de programas quisiera que tenga la radio?

Que nos ayude además de determinar el tipo de programación, los temas que se deberían

tratar:

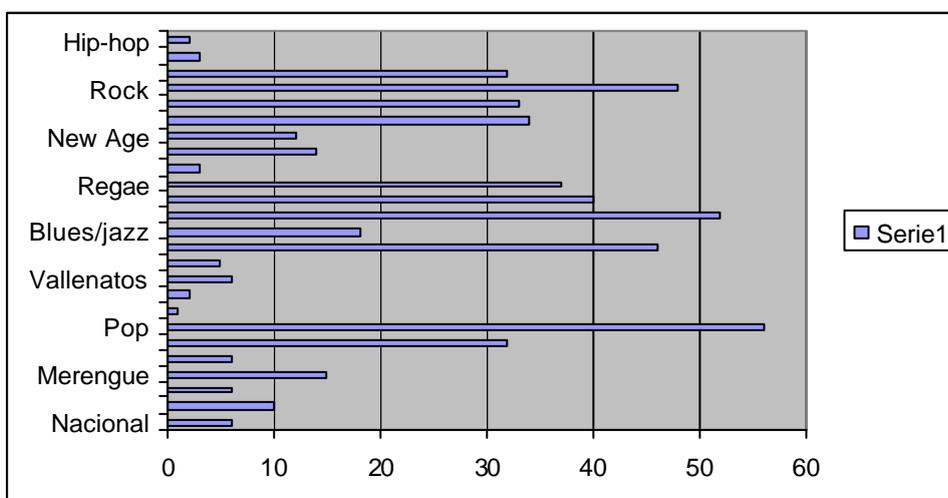
PROGRAMAS DE RADIO QUE TIENGAN:	
Chismes	9
Musicales	27
Informativos	16
Deportivos	14
De Interacción y expresión	8
De Entretenimiento y Humor	7
Culturales	8
Educativos	4
De Actualidad, innovación y originalidad	3
De Problemas Juveniles	5
Con Foros , Entrevistas y Debates	4
Con historias, relatos y sociodramas	2
De Sexo	4
De Misticismo	2



Pregunta N.- 6 ¿Que ritmo de música es de tu preferencia?

La radio tiene tres elementos principales: La voz, el sonido y la música. La audiencia estudiantil escucha música todos los días en las radio comerciales y por eso tienen sus preferencias, muchos tienen varios ritmos y gustos. Este paso nos da una referencia de que música se va a emitir en el proyecto de radio interna.

Preferencia Musicales			
Nacional	6	Salsa	52
Folclórica	10	Tecno	40
Son Cubano	6	Reggae	37
Merengue	15	Ska	3
Cumbia	6	Clásica	14
Heavy Metal	32	New Age	12
Pop	56	Música Protesta	34
Opera	1	Rock hispano	33
Hardcore	2	Rock	48
Vallenatos	6	Rap	32
Boleros	5	Punk	3
Baladas	46	Hip-hop	2
Blues/jazz	18		



Los porcentajes mas altos son para el pop, la salsa, el rock y las baladas así que estos ritmos son los que más escucharan en la radio interna.

Pregunta N.- 7 ¿Qué música no te gusta oír?

Esta pregunta deriva de la pregunta anterior, y los ritmos con menor porcentaje y menor cantidad de votos son los que son de disgusto por el conglomerado estudiantil:

La música nacional, los vallenatos, cumbias y tecno- cumbias, boleros, son cubano; son los ritmos de menor audiencia estudiantil.

No incluyo aquí la Hardcore, SKA, Opera, Punk y Hip-Hop, que a pesar de tener menos porcentaje son opciones que anotaron los estudiantes y no estaban entre las que les dimos a escoger.

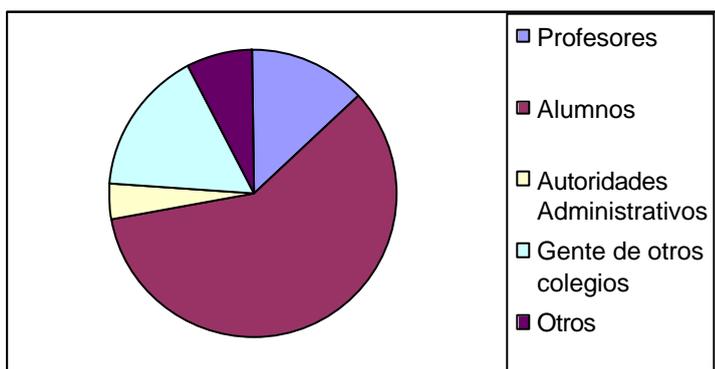
Pregunta N.- 8. ¿Qué tipo de programa no te gustaría escuchar?

Ésta también es una pregunta derivada de los resultados de la pregunta 5, ya que en esa opción dispusieron que tipos de programas les gustaría escuchar pero las respuestas se dieron con las opciones de la pregunta 2, así que los resultados dan a denotar que los programas Culturales y Educativos, por ser aburridos y no tener entretenimiento, son del disgusto estudiantil. Pero es por lo que hacen las radios convencionales, ya que se puede tener programas culturales y educativos, y a la vez entretener a la gente y eso es lo que debe lograr el proyecto.

Pregunta N.- 9 ¿Quienes te gustaría que integren esta radio?

Esta pregunta es principal para saber que personas van participar en el proyecto mas directamente.

Integrantes para la Radio	
Profesores	19
Alumnos	86
Autoridades Administrativos	6
Gente de otros colegios	24
Otros	11
Entre ellos: Invitados, artistas, escritores, poetas, padres de familia, personas jóvenes con experiencia en el medio.	



Los estudiantes son los que van a manejar y mantener el proyecto, con la capacitación debida pero, según estos resultados también debe participar profesores y gente de otros colegios.

4.1.2 Entrevista con Master Gorky Gómez – Rector de la Unidad Educativa Municipal Quitumbe.

Esta es la segunda técnica que utilizamos para sacar las conclusiones del diagnóstico, por que es un actor importante dentro del proceso, (revisar entrevista completa anexo 2).

Podemos decir que sus respuestas favorecen a la continuación del proyecto ya que además de su aprobación y autorización es interesante hablar de la libertad expresión y lo importante que es que los estudiantes tengan su espacio para poder expresarse y entrar en la toma de decisiones de la institución. Su comprometimiento y su colaboración externa o directa con el proyecto son primordiales, no solo por lo financiero sino por ayudar de la manera operativa a que todo se cumpla. Además la autogestión que tiene lograr este proyecto y su mantenimiento están de acuerdo con la certificación de calidad ISO9001 2000, a la cual aspira la institución.

4.1.3 Conclusiones del Diagnóstico.

La factibilidad de este proyecto no solo pasa por un buen adecuamiento del espacio físico de manera correcta y acústica, sino que las personas beneficiarios directos e indirectos de la Unidad Educativa, estudiantes y autoridades, entren en el compromiso de colaborar con la ejecución.

Las encuestas nos dan una perspectiva de cómo aplicar el proyecto desde los estudiantes y para los estudiantes, como les gusta, con que tipos de programas, que tipo de música, etc;

todas ellas son características que tienen que ser tomadas en cuenta en la organización de la programación, y la presentación de la propuesta final para la manutención del proyecto.

Las autoridades también son un pilar importante en la ejecución del proyecto como lo dijimos su compromiso y colaboración ayudaran a la manera operativa y después su participación tendrá que ser más directa en la entrega y recepción de la información que se va a difundir dentro del medio interno y sus sugerencias también deben ser tomadas en cuenta.

Después de este paso, lo siguiente que se va a medir de manera cualitativa la colaboración de los beneficiarios en su participación dentro de los talleres de capacitación.

4.2. TALLERES DE CAPACITACION.

4.2.1. Plan de Talleres de Capacitación en la Unidad Educativa Municipal Quitumbe.

La capacitación que se enseñará en dichos talleres tiene que ser un apoyo y una preparación para que los estudiantes estén aptos para la producción de programas de radio, y para administrar y mantener el proyecto de radio de circuito interna a implementarse en la Unidad Educativa.

El proyecto tiene como meta dar un espacio de libertad de expresión a los jóvenes y adolescentes, estudiantes de la institución; y beneficiar en la emisión de la información sobre actividades del colegio. Para lo cuál lo estudiantes deberán ser capaces de manejar su

expresión oral, tratar a profundidad temas juveniles, buscar y manejar información.

Teniendo como principales oficios a cumplir el de reportero y productor.

4.2.1.1. Objetivos.

- Enseñar a los participantes y beneficiarios del proyecto de tesis los conocimientos básicos de comunicación y radio, para que puedan a usar el medio que se instalar en el colegio.
- Dar conocimientos, tanto prácticos como teóricos, que permitan a los beneficiarios realizar un buen trabajo para la manutención del proyecto.
- Aprender a integrarse a un grupo de trabajo, para elaborar un trabajo en equipo para el bien de la mejor ejecución del proyecto.
- Contribuir con su actuación diaria en clase a través de enseñar la forma correcta de expresarse oralmente frente a un público y con un micrófono.
- Beneficiar y mejorar sus niveles de redacción y elaboración de textos, para el correcto manejo de la información del colegio.
- Producir una programación de la Radio de Circuito Interno y un Boletín informativo bimensual.
- Evaluar y validar la calidad de trabajo que se está haciendo en los talleres de capacitación, conocimientos aprendidos y formas de aplicación.

4.2.1.2. Contenidos.

1. Introducción a la comunicación, Elementos de la comunicación, ejemplos de aplicación de los elementos a su realidad en el centro educativo: Es necesario que ellos tengan como conocimientos principios básicos, desde el concepto de comunicación, que elementos participan dentro del proceso comunicativo como lo son: el emisor, el canal, la fuente, el mensaje, receptor, contexto. Para que puedan entender como se realiza este proceso dentro de la Radio.

2. Introducción a la Radio. ¿Cómo se maneja el medio dentro del País?: Es prioridad que aprendan como funciona la comunicación radial no solo en lo físico sino también con el recursos humano por eso como parte de este tema los estudiantes realizaron Una visita a Radio Católica Nacional.

3. Lenguaje Radial, Elementos del lenguaje Radial. Funciones del Sonido y la música. La voz, el sonido y la música, son los tres elementos principales del lenguaje Radial. Los estudiantes tienen que aprender sus diferentes funciones para poderlos utilizar, estamos hablando de las funciones: Situacional, descriptiva, ambiental, gramatical, emocional, argumental y Lei Motiv.

4. Locución: Un elemento de la radio es la Voz, y para aprenderla utilizar se tiene que educarla a través de lo siguiente:
 - Ejercicios de Respiración con el Diafragma

- Expresión Oral: Perder el miedo para actuar en público
- Expresión Corporal: signos y gestos utilizados en Radio
- Ejercicios de Vocalización, Dicción y Pronunciación: Para hablar con seguridad, sin equivocaciones y de manera que se nos entienda nuestra audiencia.
- Consejos para entrenar la voz.
- Tarea práctica sobre los ejercicios.

Hay que tomar en cuenta que estos ejercicios los tendrán que practicar siempre ya que la locución es una función que cumplen todos los días al hablar, como en los programas de radio que ellos van a producir para el proyecto.

5. Revisión de tareas, ejemplificación con productos radiales de los conocimientos revisados.
6. Formatos pequeños informativos en Radio: Como parte de los resultados de las encuestas así como de los objetivos para los cuales fue creado este proyecto, es mantener informada a la Unidad Educativa de lo que pasa en su institución, estos géneros nos ayudaran a cumplir con esta función.
 - **La Noticia:** Manejando el concepto de géneros periodísticos puesto a continuación la noticia en radio tiene sus características propias, como que debe ser redactada en un lenguaje sencillo y fugaz, dando la información

necesaria (que, cuando, quien, como, porque, donde) y con una entrada lead, cuerpo y un final, de manera menos detallada que en la noticia impresa.

- **El Comentario:** Es el formato con el cual el locutor o comentarista pone a consideración del público su propia opinión sobre un tema o una noticia en especial, debe quedar aclarado que esta opinión solo es pensamiento propio del autor.
- **Charla:** Es una forma graciosa, satírica e irónica de hacer un comentario o contar una historia de una noticia, con el objetivo de agradar a los oyentes mas no de una burla.
- **Entrevista:** Es una conversación entre el locutor y un personaje para saber de un tema en especial o de la vida de este personaje. Vox Pop: Es un tipo de entrevista radial usada especialmente para la recolección de datos en la cual se hace una misma pregunta a un grupo de gente y se compara las respuestas.
- **Ejemplo de Reportaje:** Es necesario que sepan que el reportaje es la unión de todos los formatos arriba descritos, utilizado para describir de forma mas grande una noticia importante.

7. Géneros periodísticos Impresos: A pesar de que el proyecto es de énfasis radial, necesitamos dar un resultado previo y una demostración de que los conocimientos son aprendidos, un boletín impreso nos dará lo que buscamos.

- ❖ **La Noticia :** Es la información sobre un acontecimiento actual que interesa a un gran número de personas, puesta al alcance del

público. Con el propósito de informar al lector acerca de algún acontecimiento singular, de actualidad y de interés general. Con la estructura de Lead, cuerpo y final; pero con una información mas detallada que la noticia radial.

- ❖ **La Crónica:** Es la redacción de una historia de la vida de un personaje en especial o de una noticia de manera biográfica, con antecedentes y riqueza narrativa literaria.
- ❖ **Editorial – Opinión:** Al igual que el formato de comentario, el pensamiento de una persona se lo expresa en el genero de opinión sobre un tema en especial, un ejemplo de ello es la pagina de “Opinión” del Diario “El Comercio” realizada por gente especializada en el tema. La Editorial a diferencia de esta es utilizada especialmente en Revista para emitir la opinión general de un medio.
- ❖ **Entrevista:** Tiene el mismo concepto que el formato radial pero la información es aquí editada, transcrita, con corrección de equivocaciones en radio es mas utilizada en vivo en directo por la forma del medio– Encuesta: Es un tipo de entrevista utilizada para la investigación en un reportaje, donde se realizan un serie de preguntas cerradas a un grupo determinado de gente con el objetivo de recoger información.
- ❖ **Pequeño Reportaje:** Narrar la información sobre un hecho o una situación que han sido investigados objetivamente y tiene el propósito de contribuir al mejoramiento social. La investigación se

la hace utilizando todos los géneros antes explicados, con el objetivo de ampliar la información de un tema o una noticia en espacial.

8. Ejercicios de redacción de noticias y el ejemplo de un pequeño noticiero y Boletín Informativo.
9. Manejo del micrófono y operación de equipos: La operación de los equipos básicos de radio debe ser de manera correcta y debe ser aprendida por los estudiantes ya que de esta manera pueden cumplir la función de operador y locutor en el programas que produzcan con total seguridad.
10. Producción de Programas de Radio: Uno de los objetivos de realizar el proyecto es que los estudiantes aprendan a producir su propio programa para que de esta manera puedan expresarse libremente y elaborar un programa de en los formatos después indicados para plantear una propuesta de programación radial entretenida, educativa e integral que ayude al desarrollo personal. Para eso necesitan los siguientes conocimientos:
 - **Libreto:** “Marca toda la estructura de una programa, sus diferentes pasos, la forma del manejo de sonido, la manera de interpretarse, la duración de los parlamentos, de la música y de los efectos sonoros o ruido.”⁹⁷ Es la guía de

⁹⁷ García Camargo Jimmy, “*El Mundo de la Radio*”, Ediciones CIESPAL, Quito - Ecuador, 1998, 237pp.

detallada que tienen todo el personal del programa sobre lo preparado con anticipación de manera detallada.

- **Musicalización:** “La música se convierte en un personaje definitivo y trascendental, que implementa y define situaciones de tiempo, espacio y ambiente de estado de ánimo y manifestaciones del sentimiento”.⁹⁸ Aquí explicamos de manera más detallada y útil las funciones de la música descritas anteriormente.

- **Sonorización**

- **Tipos de Programa Radiales:** Programa Musical

Programa Cultural

Programa Educativo

Radio Revista

Radio-Teatro

Labores y Actividades de un Productor de programas de radio.

11. Planificación y realización de actividades de integración.

12. Elaboración de Programa Radial.

13. Elaboración de una programación previa a la presentación de proyectos de programas de radio, para la programación final.

14. Presentación de Propuesta por parte de los realizadores y ejecutores del Proyectos.

4.2.1.3. Metodología de Enseñanza.

Siguiendo los principios de Educomunicación de Daniel Prieto Castillo: Enseñamos a los estudiantes que es aprender:

Adquirir el conocimiento escuchando o leyendo; conocer; descubrir; venir a saber; saber de fuente cierta; informarse; anticipar; captar algo con el corazón; adquirir una práctica; percibir; reconocer.

Aprender a comprender, pasar de un horizonte de comprensión a otro, localizar, procesar y utilizar información, analizar y sintetizar, relacionar, buscar causas y de prever consecuencias, pensar en totalidad. Captar las interdeterminaciones entre los fenómenos, expresarse, comunicarse, relacionarse y de trabajar con los demás, criticar, apropiarse de la propia historia y la cultura, imaginar, inventar, sentir, enfrentar y resolver problemas, evaluar situaciones, tomar decisiones.

4.2.2 SISTEMATIZACIÓN TALLERES DE CAPACITACIÓN

4.2.2.1. Taller I:

- Fecha: Martes 30 de septiembre, Jueves 2 de octubre y Martes 7 de octubre del 2003

⁹⁸ IDEM, 231pp.

- Participantes: Estudiantes de La Unidad Educativa Municipal Quitumbe de 6to a 10mo año de Educación Básica, una estudiante de 3er año de Bachillerato.
- Lugar: Sala de Audiovisuales de de La Unidad Educativa Municipal Quitumbe, ubicada en el sector sur de Quito en las calles, Rumichaca y Moran Valverde.
- Hora: 14H00 a 16H00
- Capacitadores: Tania Pullas & Leonardo Buitrón.

Objetivos del Taller:

- Dar una introducción básica sobre que es la comunicación y sus principales elementos y características.
- Introducir a los estudiantes, beneficiarios directos del proyecto, en el mundo de la radio.
- Conocer sus inquietudes y aspiraciones sobre el proyecto.

Metodología:

- Teórica, Práctica, Participativa.
- Enseñar a través de pequeños juegos y dinámicas los contenidos.

Técnicas:

- Lluvia de Ideas
- Teléfono dañado
- Información Secreta.

- Ejemplificación y ejercicios sobre funciones de los elementos del Lenguaje
- Radial: Voz, Música y Sonido.

Contenidos:

- Introducción a la comunicación, Elementos de la comunicación, ejemplos de aplicación de los elementos a su realidad en el centro educativo.
- Introducción a la Radio. ¿Cómo se maneja el medio dentro del País?
- Lenguaje Radial, Elementos del lenguaje Radial. Funciones del Sonido y la música.

4.2.2.2. Taller II:

- Fecha: Jueves 9, Martes 14, Jueves 16 y Martes 21 de octubre del 2003.
- Participantes: Estudiantes de La Unidad Educativa Municipal Quitumbe de 6to a 10mo año de Educación Básica, una estudiante de 3er año de Bachillerato.
- Lugar: Sala de Audiovisuales de de La Unidad Educativa Municipal Quitumbe, ubicada en el sector sur de Quito en las calles, Rumichaca y Moran Valverde.
- Hora: 14H00 a 16H00
- Capacitador Leonardo Buitrón

Objetivos del Taller:

- Enseñar a utilizar la Voz como elemento del Lenguaje radial a través de la Locución.
- Aprender a Expresarse oralmente ante un público y en la vida cotidiana, de una manera correcta, natural y coherente.

Metodología:

- Teórica, Práctica, Participativa.
- Enseñar a través de pequeños juegos y dinámicas los contenidos.

Técnicas:

- Ejercicios de respiración.
- Ejercicios de Vocalización y Dicción
- Trabalenguas
- Modos de Lectura
- Dinámicas para perder el miedo al hablar en público.

Contenidos:

- Locución: Ejercicios de Respiración
Expresión Oral
Expresión Corporal
Ejercicios de Vocalización, Dicción y Pronunciación.
Consejos para entrenar la voz.

Tarea práctica sobre los ejercicios.

Manejo del micrófono

4.2.2.3. Taller III:

- Fecha: Jueves 23, Martes 28, Jueves 30 de octubre, Martes 4, Jueves 6, Sábado 8, Martes 11, Jueves 13, Sábado 15 noviembre del 2003.
- Participantes: Estudiantes de La Unidad Educativa Municipal Quitumbe de 6to a 10mo año de Educación Básica.
- Lugar: Sala de Audiovisuales de de La Unidad Educativa Municipal Quitumbe, ubicada en el sector sur de Quito en las calles, Rumichaca y Moran Valverde.
- Hora: 14H00 a 16H00 y Sábados de 9H00 a 11H00
- Capacitadores: Leonardo Buitrón & Tania Pullas

Objetivos del Taller:

- Aprender a manejar, redactar y utilizar los géneros periodísticos informativos y formatos pequeños informativos en radio.
- Demostrar el resultado del aprendizaje en los talleres a través de la elaboración y producción de un Boletín Informativo Impreso.

Metodología:

- Teórica, Práctica, Participativa.
- Enseñar a través de pequeños juegos y dinámicas los contenidos.

Técnicas:

- Ejercicios de redacción de los diferentes géneros periodísticos y formatos
- Pequeños de radio.
- Juego sobre la búsqueda de la información.
- Lectura y revisión de noticias del Diario “El Comercio”, ejemplificando lo
- Aprendido.
- Elaboración y Producción de Boletín Informativo.

Contenidos:

- Formatos pequeños informativos en Radio:
 - La Noticia
 - El Comentario
 - Charla
 - Entrevista – Vox Pop
 - Ejemplo de Reportaje.
- Géneros periodísticos Impresos:
 - La Noticia
 - La Crónica
 - Editorial – Opinión.
 - Entrevista – Encuesta
 - Pequeño Reportaje.

- Labor y actividades del Reportero.
- Consejo Editorial.

La Unidad Educativa Municipal Quitumbe tiene la certificación de calidad ISO9001 2000. Esta una certificación de calidad académica y administrativa, que tiene ciertas exigencias que deben supervisarse en auditorias trimestrales. Dentro de estas exigencias los talleres extracurriculares tienen que cumplir con la presentación de planificaciones quincenales que les presentamos a continuación.

4.2.2.4. Taller IV

- Fecha: Martes 18 de noviembre, Jueves 21 de noviembre, Martes 25 de noviembre, Jueves 27 de noviembre, Martes 16 de diciembre y Jueves 18 de diciembre del 2003.
- Participantes: Estudiantes de La Unidad Educativa Municipal Quitumbe de 6to a 10mo año de Educación Básica.
- Lugar: Sala de Audiovisuales de de La Unidad Educativa Municipal Quitumbe, ubicada en el sector sur de Quito en las calles, Rumichaca y Moran Valverde.
- Hora: 14H00 a 16H00
- Capacitadores: Tania Pullas & Leonardo Buitrón

Objetivos del Taller:

- Dar una introducción sobre la producción de programas de radio y sus principios básicos.

- Aflorar la creatividad de los estudiantes para la creación de sus propios programas de radio.
- Enseñar que el ejercicio de la producción de los programas de radio es una labor con mucho esfuerzo y responsabilidad.

Metodología:

- Teórica, Práctica, Participativa.
- Enseñar a través de pequeños juegos y dinámicas los contenidos.
- Poner ejemplos y análisis de programas radiales en la realidad nacional.

Técnicas:

- Análisis de programas.
- Técnica del fichaje.
- Formato para proyectos de programas de radio.
- Práctica de libretaje.
- Técnica de audición musical.

Contenidos:

- Libretos: Guión estructural, ficha técnica, formato de proyectos, guión descriptivo.
- Musicalización.
- Sonorización.

- Programa Informativo: Este taller fue dictado por el Profesor Armando Grijalva.

Según los siguientes conceptos:

“**Noticiero:** Este nombre si obedece a un hecho determinante y enmarca un espacio definitivo dentro de la programación radial, dedicado única y exclusivamente a dar noticias en forma escueta y concreta. Se puede dividir en secciones para parcelar la noticia de acuerdo a su naturaleza: política, sociales, económicas, religiosas, nacionales, internacionales, etc.”⁹⁹ Se hizo una revisión de los formatos pequeños informativos de radio enseñados en los anteriores talleres: noticia, entrevista, comentario, charla, reportaje.

4.2.2.5. Taller V:

- Fecha: Martes 6 , Jueves 8 , Martes 20, Jueves 22, Martes 27, Jueves 29 de enero, Martes 3 y Jueves 5 de febrero del 2004.
- Participantes: Estudiantes de La Unidad Educativa Municipal Quitumbe de 6to a 10mo año de Educación Básica.
- Lugar: Sala de Audiovisuales de de La Unidad Educativa Municipal Quitumbe, ubicada en el sector sur de Quito en las calles, Rumichaca y Moran Valverde.
- Hora: 14H00 a 16H00
- Capacitadores: Tania Pullas & Leonardo Buitrón

⁹⁹ García Camargo Jimmy, “*El Mundo de la Radio*”, Ediciones CIESPAL, Quito- Ecuador, 1998, 294pp.

Objetivos del Taller:

- Brindarles alternativas en formatos de programas de radio para que ellos realicen sus propios programas.
- Buscar el apoyo de los padres de familia, utilizando dinámicas grupales, para interactuar y conocer sus expectativas en cuanto al proyecto y trabajo realizado hasta el momento.
- Enseñar a los estudiantes a expresarse corporalmente mediante el formato del radio teatro.

Metodología:

- Teórica, Práctica, Participativa.
- Enseñar a través de pequeños juegos y dinámicas los contenidos.
- Poner ejemplos y análisis de programas radiales en la realidad nacional.

Técnicas:

- Análisis de programas.
- Técnicas de expresión corporal, técnicas básicas de teatro.

Contenidos:

- **Radio Teatro:** Es un formato de programa, mediante el cual los locutores se convierten en actores y narradores, logrando una

obra teatral utilizando voces, expresiones, sonidos y música que llevan al oyente a imaginar lo que sucede. Es una interpretación de la realidad social y cotidiana mediante una actuación.

- **Radio Revista:** “Este espacio radial tiene como característica especial la forma de presentar la noticia, comentarla, analizarla y evaluarla. Permite los reportajes, las entrevistas, la polémica en forma más amplia y profunda. Se presta para el periodismo investigativo y de profundidad, que puede incluir una variedad de temas desde la noticia seria hasta la noticia frívola e intrascendente. Se presta para montajes con musicalización, efectos sonoros y de ruidos, trucos especiales, etc. Dándole un tinte de entretenimiento diferente en la información que allí se emite.”¹⁰⁰ Este formato también te permite tratar un tema en especial con sus subtemas mediante segmentos, por ejemplo:

Tema: La Naturaleza y el Medio Ambiente.

Subtemas: Mundo Animal.

Mundo Vegetal.

El Hombre.

Contaminación y Destrucción de la Ecología.

¹⁰⁰ IDEM, 295pp.

4.2.2.6. Taller VI:

- Fecha: Martes 10, Jueves 12, Martes 17, Jueves 19, Martes 24 y Jueves 26 de febrero del 2004.
- Participantes: Estudiantes de La Unidad Educativa Municipal Quitumbe de 6to a 10mo año de Educación Básica.
- Lugar: Sala de Audiovisuales de de La Unidad Educativa Municipal Quitumbe, ubicada en el sector sur de Quito en las calles, Rumichaca y Moran Valverde.
- Hora: 14H00 a 16H00
- Capacitadores: Tania Pullas & Leonardo Buitrón

Objetivos del Taller:

- Brindarles alternativas en formatos de programas de radio para que ellos realicen sus propios programas.
- Enseñar a los estudiantes que los formatos de programa musical está mal concebidos en la radio comercial nacional y ejercitar la forma correcta de hacerlo.
- Trasmitir a los estudiantes una de las funciones más importantes de la radio, la educación.

Metodología:

- Teórica, Práctica, Participativa.
-

- Enseñar a través de pequeños juegos y dinámicas los contenidos.
- Poner ejemplos y análisis de programas radiales en la realidad nacional.

Técnicas:

- Análisis de programas musicales.
- Comparación entre las programaciones y contenidos de las diferentes radios comerciales que se escuchan a nivel estudiantil.
- Técnicas básicas para educar mediante la radio.

Contenidos:

- **Programa Musical:** “En la elaboración de programas se tomará en cuenta varios requisitos; el nombre y el título del programa debe responder exactamente a su contenido, ser corto y fácil de memorizar para lograr en la memoria de los oyentes de vaya creando el audiotipo. La manera de presentarlo depende de que se captive la atención del oyente, que este se quede en espera de cosas que de entrada le llamen la atención. El cuerpo del programa debe ser breve y concreto y tratar los temas desde los diferentes ángulos que les interesen a quienes los escuchan. El uso de la música y efectos especiales con el decorado del programa, pero en este caso viene a ser lo más importante.”¹⁰¹ El

¹⁰¹ IDEM, 289pp.

programa musical no es solo poner música y hablar de farándula, sino tratar y profundizar sobre todo lo que se refiere al mundo musical, es decir: ritmos musicales y su historia, artistas de cada género musical (biografía), instrumentos musicales e interpretaciones y composiciones musicales.

- **Radio Educativa:** “En EAD entran funciones nuevas, como la producción y difusión de materiales, el seguimiento con el apoyo de tecnologías. Necesaria relación entre las actividades pedagógicas y no pedagógicas. Se trata de una cadena de actividades. Influencia de lo pedagógico en el resto del sistema.”¹⁰² Se trata del aprendizaje de las diferentes materias educativas, utilizadas en nuestro sistema educativo escolar y colegial, mediante el uso de la radio como emisor de los conocimientos.

Como parte de nuestro trabajo dentro de la U.E.M.Q., tuvimos que sistematizar los talleres en planificaciones quincenales con el formato del certificado de calidad ISO 9001 2000, más detalles en anexo 4.

4.2.3. SISTEMATIZACION DE LA EXPERIENCIA DE INSTALACION E INAUGURACIÓN DE LA RADIO INTERNA DE LA UNIDAD EDUCATIVA MUNICIPAL QUITUMBE.

¹⁰² Prieto Castillo Daniel, “*Educación a distancia*”, SE, Quito – Ecuador, Abril 2003.

Lo primero que se hizo fue darle un nombre a nuestra radio, tomando en cuenta las características juveniles y adolescentes de los estudiantes, y que identifique su personalidad grupal e individual; dando como resultado **Radio Estridente**, con el slogan **“Hacemos bulla con sentido”** que significa la búsqueda de la expresión mediante elementos diferentes, originales e inusuales para difundir un mensaje y lograr la atención y participación de los oyentes.

Se elaboró un programa de actividades con la colaboración de otros talleres para la inauguración dispuesta para el 19 de febrero:

HORA	ACTO	OBSERVACIONES
9h00	Reunión de los Integrantes del Taller de Radio	Preparación de Equipos para el programa.
10h00	Presentación del Evento	Anunciar concurso de Mensajes.
		Saludos
		Anuncio y promoción de la programación del Evento
10h15	Grupo Folklórico – Serenata	Responsable Taller de Guitarra
10h30	Concurso de Mensajes	
10h35	Danza	Responsable Taller de Danza – Primaria
10h50	Juego: Declaraciones de Amor	
11h00	Juego: Mensajes	
	Presentación de la Orquesta Sinfónica	
11h30	Juego: Méteme un gol a mi corazón	
12h00	Huasifichai	Inauguración Oficial de la Radio Interna
	Corte de la Cinta por parte del Rector U.E.M.Q.	
	Brindis por parte del Subdirector	

El lunes 16 de febrero mediante la compra de los equipos técnicos antes mencionados como lo son “drivers” de 50watts de potencia para cornetas, cable parlante, junto un amplificador y sectorizador para cada corneta etc. Con la colaboración de un técnico electrónico de la institución, los talleristas y algunos estudiantes, se colocó cornetas en cada módulo se cablió desde cada corneta al aula de audiovisuales donde se ubica la cabina, cada corneta cuenta con su transformador de 25 voltios para que el sonido llegue nítido a su destino. Se conectó mediante plugs RCA de audio el cable parlante al sectorizador y esta a la vez al amplificador, posteriormente este amplificador se conectó a un amplificador consola, que a su vez estaban enchufados dos canales para micrófonos y dos para música con radio grabadoras cds. La cabina es de una longitud de 4X4m, en un cubículo de madera cubierto de espuma flex, cubetas de huevos y esponjas, para mejorar la acústica y la no interferencia de sonidos externos.

Elaboramos avances, enlaces, presentaciones y despedidas tanto de la radio como de cada programa que están reunidos en el CD con la compilación final y el producto que es presentado a nuestros lectores durante la defensa de la presente tesis.

Este producto final fue realizado en formato de radio revista con los temas tratados en el transcurso de la tesis, la grabación de las experiencias sistematizadas en este último capítulo y la musicalización de la ejecución del proyecto.

4.2.5. SISTEMATIZACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DE LA “RADIO ESTRIDENTE”.

RESPONSABLES	PROGRAMA	FORMATO	MÚSICA	TEMA	DÍA	HORARIO
Jorge – Josué - Edie	“Con Comba”	Informativo	Tropical	Deportes Locales	Miércoles Viernes	11h00 a 11h30
Erika - Gabriela	“Revolución Artística”	Musical	En vivo y en concierto	Artistas	Lunes Jueves	11h00 a 11h30
Kenisse – Karla – Andrea - Jessica	“Entre Pelados”	Musical	Romántica	Música y amor, relación con los jóvenes.	Miércoles	10h15 a 10h45
Gipsy – Johanna – Evelyn	“Farra Weekend”	Radio Revista	Diversidad musical actual	Farándula Música Problemas juveniles	Viernes	10h15 a 10h45
Henry – Stalin – Jonathan – Carlos	“Xtrm Rock”	Radio Revista	Rock	Deportes extremos y Rock	Jueves	10h15 a 10h45
Ximena – Andrea - Estephany - Sandy - Diego	“RitmHablando”	Foro Debate Sociodrama	Bailable	El baile	Martes	10h15 a 10h45
Grace– Mariela - Cristina – Daniela - Tania	“Quitumnotas Generis”	Informativo	Instrumental	Información local y tema de fondo	Lunes	10h15 a 10h45

CAPITULO VI: PROPUESTA PARA LA ADMINISTRACION

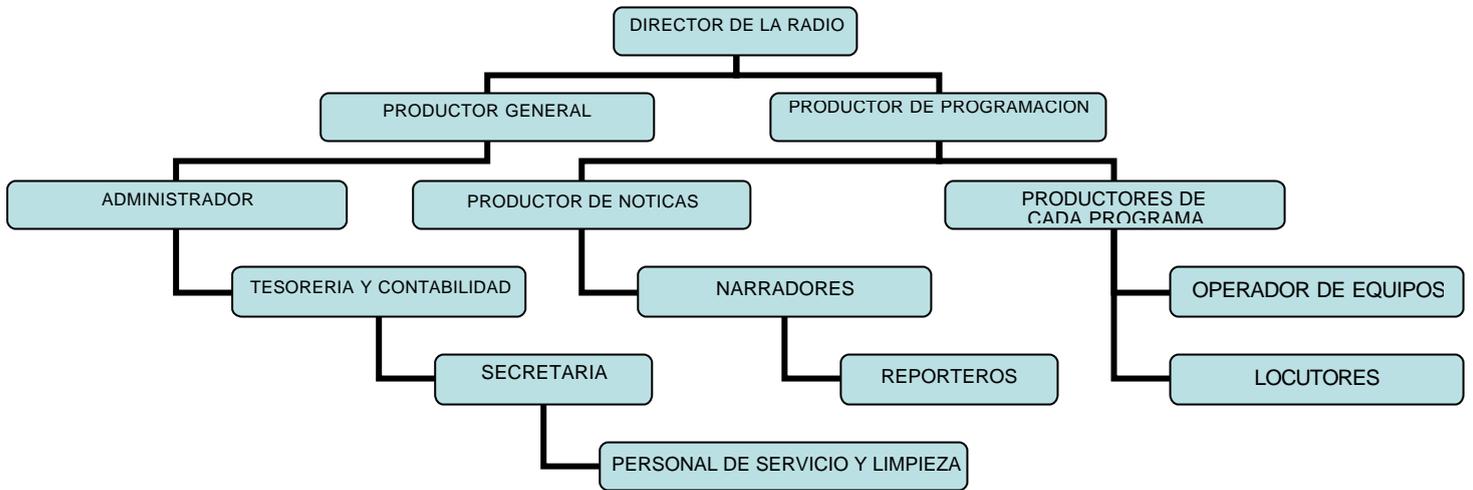
Y MANUTENCION DEL PROYECTO DE RADIO INTERNA

EN LA UNIDAD EDUCATIVA MUNICIPAL QUITUMBE

Una vez elaborada la programación que será emitida en la Radio Interna, sistematizado todo el proceso de diagnóstico, capacitación e instalación; se ha cumplido con las etapas para la correcta ejecución del proyecto, que era la meta principal. Pero es nuestro afán, el dejar sentando las bases para la auto germinación del proyecto dentro de la Unidad Educativa Quitumbe, es por ello que hemos decidido brindar consejos y sugerencias que los estudiantes deberán tomar en cuenta para continuar en este anhelo. Estas propuesta esta dispuesta en los siguientes ejes: Organización, Autogestión (Ingresos y Publicidad), Equipos Técnicos, Capacitación (Actualización) y Recursos Humanos.

5.1. ORGANIZACIÓN

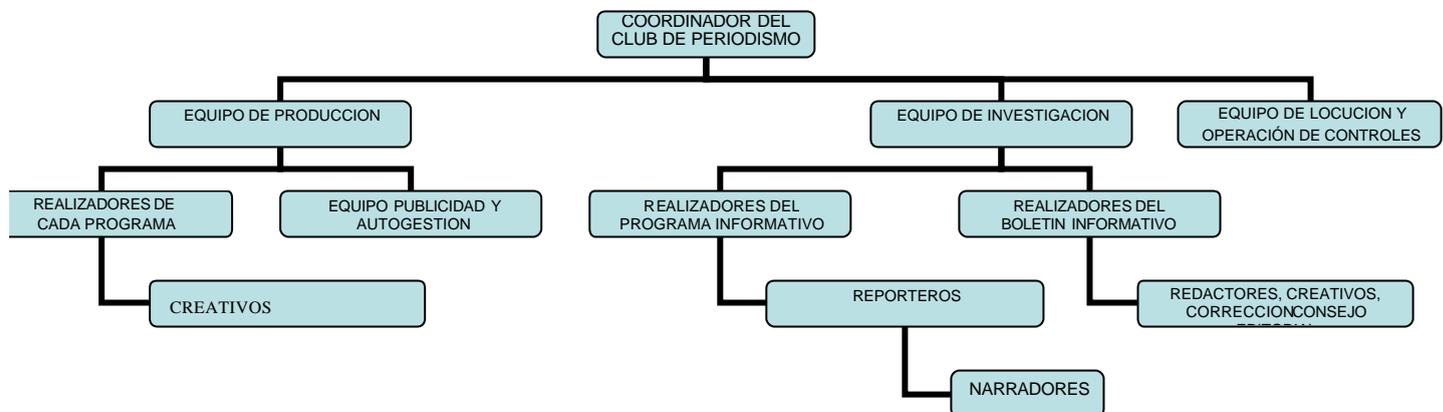
Conocemos formalmente que todo medio de comunicación se maneja con un orden y con funciones que cumplen las diferentes personas que allí trabajan. Así mismo la radio tiene que ser administrada y organizada como una empresa poniendo como ejemplo el siguiente organigrama:



Esta es la estructura básica de una empresa radial, teniendo en cuenta que las radios en nuestro país son en la mayoría radios comerciales, y esta organización la utilizan jerárquica y funcionalmente. Al igual que una empresa también se puede contar con los cargos de Presidente y Gerente. “En una emisora de programación formal, el gerente debe tener como colaboradores inmediatos al jefe de personal o administrador, jefe de contabilidad, jefe del departamento técnico, director artístico, director del servicio informativo, director de deportes y director o directores del elenco teatral”¹⁰³

Nuestra sugerencia de organización no es jerárquica (tradicional) sino horizontal como el modelo de la UEMQ; la cual es el siguiente:

¹⁰³ García Camargo Jimmy, “*El Mundo de la Radio*”, Ediciones CIESPAL, Quito - Ecuador, 1998, 356pp.



Así como proponemos un organigrama también es parte de nuestro trabajo disponer funciones para cada uno de las personas dentro de la organización:

Coordinador del Club de Periodismo: Será el Líder del grupo, tendrá la función de guiar y coordinar en todas las acciones que el club tenga o disponga hacer. No puede tomar ninguna decisión si no es en consenso. Es el responsable directo del grupo y el encargado de que esta propuesta se cumpla a cabalidad. Si tomáramos en cuenta la organización que propone Luis Fernando Trujillo, el Coordinador tendrá que cumplir con las funciones de gerente general: “Tiene a su cargo la tarea de determinar los objetivos de cada una de las unidades de la organización y a su vez orientar el factor humano junto con otros recursos hacia el logro del objetivo general presupuesto”¹⁰⁴. Además se le asigna las funciones de Planificar y Organizar no Controlar como nos propone Trujillo, ya que este un proyecto social.

Equipo de Producción: Todos aquellos estudiantes que son parte de cada programa de radio son parte indirecta de este equipo, pero los realizadores de cada programa son miembros directos, la función principal que el equipo tiene a cargo es la programación tienen que vigilar que su orden y su estructura se cumpla, es decir que se emitan todos los programas a la hora y de la manera señalada.

Los miembros Directos de este Equipo son:

- **Realizadores de Programas:** Tienen la función de producir el programa de radio es decir que se encargaran de todo lo que esto implica: música, investigación, temas, entrevistados – invitados, enlaces, sonidos, etc.
- **Creativos:** Mas que una función viene a ser una cualidad que todos los realizadores deben tener, ellos son los que pondrán un nombres, logotipos, slogan e identificación y producirán los enlaces, avances, presentaciones de los programas y la radio en general.
- **Equipo de Publicidad y Autogestión:** Son las personas que tienen a su cargo la generación de ingresos, para la mejora técnica y física de los equipos del club; sea esta por menciones de publicidad o otras actividades que ellos propongan, tienen la responsabilidad directa de saber para que se dispone cada dinero y porque existe ahí. Están dentro de este grupo ya que se encargaran en lo posterior de realizar y producir cuñas radiales. “Estudiar y analizar la política de tarifas de la competencia, obtener conclusiones del caso y presentar periódicamente las tarifas para la emisora. Estudiar, evaluar y suscribir, convenios comerciales con otras compañías que estén

¹⁰⁴ Trujillo Luis Fernando, *“La Radio como Empresa y como Medio de Información”*, Editorial Época, Bogota - Colombia, 1992, 204pp.

de acuerdo con los intereses de la organización”¹⁰⁵. Esta función hay que cumplirla pero sin hacer caso al término competencia ya que no existe.

Equipo de Investigación: Tienen a su cargo la búsqueda de la información con el compromiso de producir dos productos comunicativos como lo son el Programa Informativo y el Boletín Informativo. Y la organización de esa información para la emisión.

Los miembros directos de este equipo son:

- **Realizadores del Programa Informativo:** Se encargan de la producción del informativo de noticias locales de la Unidad Educativa Quitumbe; su estructura, estilo y forma de emitirlas. Su responsabilidad es coordinar los siguientes grupos:

- **Reporteros:** Son los responsables directos de la búsqueda de la información, tienen que ir a las fuentes directas para el encuentro de las noticias, estas son de actualidad local de la Unidad Educativa Municipal Quitumbe y provienen de autoridades, personal docente y los otros estudiantes.

- **Narradores:** Un locutor de noticias debe poseer ciertas cualidades que lo distinguen de los demás, la forma de narrarlas y relatarlas es diferente a la de un programa de variedad, tendrá una formalidad y estilo propio, y esta la función de los narradores de noticias. Ellos también tendrán a su cargo la narración de los deportes.

¹⁰⁵ Trujillo Luis Fernando, “*La Radio como Empresa y como Medio de Información*”, Editorial Época, Bogotá - Colombia, 1992, 217pp.

- **Realizadores del Boletín Informativo:** Tienen a su cargo la producción, emisión y edición bimensual del Boletín Informativo “QuitumNotas Generis” con el estilo y formato mostrado en el capítulo anterior. Dentro de este equipo están:
 - **Redactores:** Su función es específicamente la redacción de los artículos del boletín, con la información dada por los reporteros.
 - **Correctores:** Tendrán a su cargo la corrección ortográfica, de estilo y de forma de los artículos antes de salir a la impresión.
 - **Creativos:** Tendrán a su cargo la creación de logotipos, slogan, nombres y demás diseños especiales para la impresión del boletín.
 - **Consejo Editorial:** Esta integrado por todo el club de periodismo y tendrá la función de reunirse antes de la impresión, para evaluar artículos, seleccionar cuales van a ser publicados y tomar todas las decisiones necesarias antes de la impresión final.

- **Equipo de Locución y Operación de Controles:** Aquí tenemos a los locutores y operadores de controles de cada programa. Los primeros tiene como función y responsabilidad la locución y emisión puntual y total del programa. Los segundos se encargan del manejo técnico de los equipos durante la emisión del programa.

Los cargos y funciones son una forma de organizar el grupo más no una jerarquización de las personas que integran el club de periodismo. Es aconsejable que al principio se

comparta funciones, o que una misma persona pueda cumplir con varios cargos hasta contar con el recurso humano suficiente, para que todos tengan una labor.

Dentro de la organización no aconsejamos que se dispongan reglas ni se regularice un estatuto como si fuera una empresa, ya que así el proyecto perdería el anhelo por el que fue creado.

5.2. AUTOGESTION (INGRESOS Y PUBLICIDAD)

La generación de ingresos viene a ser un eje importante para el incremento de recursos técnicos y físicos con los que la radio puede contar, existen varias alternativas para conseguirlos.

- **Publicidad:** En radio, la publicidad se vende mediante menciones y cuñas radiales.
 - **Menciones:** Se trata de hacer una pequeña promoción de los productos que una compañía o negocio ofrece, mediante locución.
 - **Cuña Radial:** Es la elaboración de un producto comunicativo radial de no más de un minuto utilizando todos los elementos del lenguaje radial para promocionar un producto que una compañía o negocio ofrece.

Por cuestiones técnicas no se aconseja elaborar cuñas radiales hasta que el proyecto este definitivamente cimentado y cuente con los equipos necesarios para editar un producto de tal naturaleza.

- **Ingresos:** La manera que proponemos para la generación de ingresos y constante práctica de animación es hacer eventos como: festivales, concursos musicales, presentaciones artísticas, teatro y todo tipo de manifestación cultural. De esta forma incentivarán la participación estudiantil dentro y fuera de la institución.

Es primordial que se suscriban convenios comerciales con disqueras para la creación de una propia fonoteca (biblioteca musical).

5.3. EQUIPOS TÉCNICOS.

Los primeros equipos que tienen que obtener para aumentar la tecnología de la radio son:

- Consola de doce canales.
- Computadora con software de edición de audio y hardware básico.
- Radio grabadora con CD.
- Grabadora de mano o minidisck.
- Fonoteca.
- Audífonos.
- Parlantes de mayor potencia.
- Mejora física de la cabina (estudio de grabación).

Así estarían acorde a los avances tecnológicos.

5.4. CAPACITACIÓN (ACTUALIZACIÓN).

Es necesario que los estudiantes perfeccionen sus conocimientos radiales, así como se actualicen permanentemente en estudios de comunicación para ayudarles a enfocarse mejor en sus intereses profesionales y personales.

Nosotros proponemos lo siguiente:

- Taller de Liderazgo.
- Taller de Incentivo a la Lectura.
- Taller de Ortografía.
- Taller de Redacción Narrativa Literaria.
- Taller de Manejo de Equipos Digitales (software de edición de audio).
- Taller de Expresión Corporal.
- Taller de Efectos Especiales y Sonoros.
- Taller de Actualización y Ampliación de los conocimientos radiales ya impartidos.

CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y

RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES.

- ✓ Se ejecutó y sistematizó la experiencia del proyecto de radio interna en Unidad Educativa Municipal Quitumbe (U.E.M.Q.), generando una propuesta alternativa con respecto al común denominador dentro del medio, comunicación integral radial que ayuda al desarrollo personal de los estudiantes que acompañan el proceso.
- ✓ Se mantiene el interés por la radio convencional, es decir como medio de comunicación de masas, por parte de los estudiantes. Llegando a evidenciar, en lo práctico, la no desmitificación de la radio.
- ✓ La labor en una radio de espacios cortos brinda una perspectiva diferente y es un lugar de mayor libertad de expresión que la interacción que existe en una radio comercial. También se puede observar que la participación del público es más directa, la proximidad es óptima en cuanto a la fidelidad de recepción del mensaje.
- ✓ Se capacitó a 28 jóvenes estudiantes, beneficiarios directos del proyecto, con nociones básicas de la comunicación y la radio; aquellos que son necesarios para que podamos ejecutar el proyecto y ellos puedan elaborar la propuesta de su programación. Además el proceso de retroalimentación en el que hemos intervenido se nos ha abierto la posibilidad de conocer más y

comunicarnos con una generación totalmente tecnologizada y que vive un proceso cultural, social y educacional totalmente acelerado.

- ✓ Planteamos una propuesta de programación radial entretenida, educativa, integral y original. Creada por jóvenes y para jóvenes.
- ✓ A través de los talleres se ha realizado dinámicas y actividades que no solo han buscado el aprendizaje del conocimiento, sino el fomentar la integración y la amistad en el grupo, pero no se llega a completar el proceso en la magnitud deseada.
- ✓ Proponemos, dentro de la propuesta del capítulo VI, una estructura sólida y organizada en un pequeño organigrama; pero debido a la diversidad de caracteres de los participantes no se puede hacer algo tan estructural y regularizado. Es por ello que decidimos dejar a consideración de los involucrados ese punto.
- ✓ En lo referente a la instalación técnica, fue un logro necesario para la ejecución del proyecto, lo que se anhela es que se mejore y actualicen los equipos en el momento necesario mediante la autogestión propuesta.
- ✓ Cabe recalcar que nosotros hemos adquirido un compromiso con los chicos y con la institución, de continuar con el proceso hasta terminar el presente año lectivo 2003 – 2004, para incentivar el trabajo mutuo y el aprendizaje emprendido por ambas partes, a tal punto que lleguemos a completar nuestros anhelos y deseos en cuanto a las metas iniciales trazadas para el proyecto.

6.2. RECOMENDACIONES.

- ✓ Se recomienda que el proceso tenga una continuidad y una evaluación anual, de tal forma que el trabajo de Radio Estridente mejore y cumpla sus objetivos iniciales por los que fue concebida.
- ✓ El análisis de programaciones de radios convencionales, es una recomendación fundamental, para lograr cumplir a cabalidad el objetivo trazado y se lo debe hacer como ejercicio en los próximos talleres que los estudiantes tengan.
- ✓ La recomendación para esta conclusión se encuentra en eje capacitación – actualización de la propuesta de mantenimiento de la radio.
- ✓ La propuesta de programación debe ser actualizada y ampliada para la convocatoria de mayor estudiantado dentro del proyecto, es una recomendación vital dentro del mismo, porque el recurso humano es la base de funcionamiento del proceso.
- ✓ La experiencia del trabajo en equipo les ayudará para que se puedan comprender y tolerar los diferentes caracteres que en ellos existen.
- ✓ La libertad de elección en consenso es parte de lo que ellos han aprendido durante el proceso, así que la deben utilizar para escoger o no nuestra propuesta de organigrama.
- ✓ En lo que respecta al implemento tecnológico, la manipulación y uso debe ser estricta y responsabilizada a los estudiantes beneficiarios del proyecto.

ANEXOS

ANEXO 1

Entrevista Master Gorky Gómez Rector de la Unidad Educativa Municipal Quitumbe.

1. ¿Cuáles son las razones por las cuales Usted decidió dar paso al Proyecto de circuito interno en la UEMQ?

Creo que el tema de la libertad de pensamiento y más que libertad de pensamiento capacidad de generar una palabra en cuanto a los estudiantes es un tema que debe ser asumido con hechos prácticos, no el discurso viejo de que todos tenemos derecho de decir y opinar, el discurso de que estos son los espacios de socráticos y abiertos en donde todos pueden opinar igual, se ha quedado un poco a la deriva cuando no se generan espacios reales de participación.

Pienso que el tener un proyecto sobre radio significa para los chicos darles dos opciones: la una de manejar pensamiento creativo respecto de su propia dinámica en la que ellos están viviendo y la otra de darles un espacio en donde ellos puedan estar realmente motivados a reflexionar de lo que ellos viven en la institución y pienso que su palabra en relación a lo que es la Quitumbe a lo que es su propia vida como jóvenes, como muchachos y como entes sociales es importante. Esa ha sido la óptica desde la cual a mi me ha interesado generar el espacio de los chicos.

2. ¿Cuáles son las expectativas que Usted tiene al llegar con el proyecto?

Expectativas podríamos tener muchos en general, pero creo que las más importantes son el que podamos consolidar un grupo que sea de 5, 10, 15 o 20 que a la larga es importante también el número; pero si es uno pienso que ya es ganancia si son 5, 10, 15 o más siempre va a ser más ganancia pero la idea es que podamos tener chicos que estén dedicados a la tarea de pensar sobre su vida, esa es la expectativa más grande. Pero ya operativamente tendría que ver con que podamos realmente auto sustentar en términos de participación personal el proyecto, es decir ahora están un poco motivados por la presencia de ustedes, que es muy importante, pero creo que el éxito más grande es darles las herramientas para que luego ellos puedan continuar con un verdadero proceso de autogestión, que ellos sepan que tienen palabra, que sepan que tienen un espacio en la Quitumbe para hacer uso de su palabra permanentemente y que si tienen los recursos necesarios en términos de infraestructura de instalaciones para hacerlo mucho mejor.

La expectativa tendría que ver específicamente con que podamos generar el espacio para ir haciendo chicos que piensen y que puedan asumir ciertos roles de liderazgo dentro de la Quitumbe en general.

3. ¿Cuál es la diferencia de esta institución con otras instituciones con respecto al tratamiento que se tienen a los jóvenes de la unidad, a la participación de los jóvenes?

Nosotros tenemos un apolítica de calidad dentro de nuestro sistema de gestión de calidad que se condensa o concreta en el slogan “Calidad nuestra es que formamos talentos

humanos para la paz y la vida”. Un poco en esa concepción es que nosotros estamos manejando la proyección de la Quitumbe; nos interesa que nuestros chicos puedan entrar a deliberar definitivamente en todo lo que es la vida en general no solo aspectos educativos, internos, organizativos, administrativos sino sobre la vida.

La diferencia que existe con otros planteles yo diría que primero es la concepción filosófica de la Quitumbe, es un espacio donde educamos para paz y para la vida, y obviamente el darles el espacio para que ellos puedan generar criterios sobre eso ya marca una diferencia con los otros planteles y de hecho lo otro dentro de nuestro modelo pedagógico la intención es que exista una relación maestro-alumno o maestro-padre de familia, padre de familia-hijo; en este caso que sea horizontal en términos de disciplina consciente-funcional, en términos de una participación creativa, en términos de todo lo que significa la vida institucional.

Creo que esa es fundamentalmente la diferencia, en que los chicos son valorados como uno de los elementos más importantes, yo diría como el objetivo máximo de nuestra razón institucional son ellos, pero no ellos como envases que son capaces de almacenar materias y conocimientos fríos, sino darles la posibilidad de manejar ciencia con conciencia o historia con ideología con pensamiento, historia es lo que vivimos hoy la cultura de este momento.

4. ¿Cuál es su participación dentro del proyecto?

Por el momento mi participación está vinculada a querer apoyar todo el proceso, es decir, por un parte apoyarles a ustedes que están trabajando con esto por otra parte intentar motivar a los chicos para que puedan ingresar al grupo, que puedan mantenerse dentro de él y más adelante poder trabajar coordinadamente con ellos.

Este rectorado tiene un poco esa costumbre de tener la puerta abierta para los chicos, para que ellos puedan traer sus propuestas y que las que salen de aquí, del rectorado o de la institución en general, puedan llegar a los estudiantes.

Creo que la participación mía hoy es un poco apoyar el proceso y más adelante tendrá que ser involucrarme un poco más con ellos también.

5. ¿Cómo es el manejo político institucional de la UEMQ?

Políticamente tendríamos que hablar en términos administrativos y logísticos porque desde una concepción digamos ideológica, lo que es nuestro concepto es la paz y la vida en general que ese es el rumbo que estamos optando el cultivar toda la potencia humana de nuestros chicos.

Organizativamente nosotros estamos funcionando con un sistema de calidad que es ISO9001-2000 es un modelo de gestión que nos permite modificar algunos conceptos sobre lo que es liderazgo y lo que es poder también. Es decir hemos renunciado en general a las viejas prácticas de autoritarismo, de tiranía de cierto tipo de vicios que han existido en la educación siempre, y más bien poder generar espacios de participación a nivel de maestros,

alumnos, padres de familia. Tenemos un gobierno escolar que nos ayuda a articular toda la parte organizativa-institucional en donde los padres de familia, los alumnos y el personal de la institución tienen voz y voto, es decir un criterio de ser considerado en general.

6. ¿Institucionalmente cómo se manejan?

Tenemos toda una estructura para poder administrar a la institución.

En la parte pedagógica nos manejamos con un departamento de Coordinación Pedagógica estamos huyendo del concepto disciplina tradicional por lo tanto no tenemos inspectores, tenemos otra figura distinta la de coordinadores disciplinares que nos ayudan a administrar el tema de la organización más que todo como un concepto distinto al verticalismo.

Dentro del sistema de gestión de calidad, nosotros manejamos un comité de calidad, manejamos todo lo que es comisiones permanentes y educacionales a nivel de docentes, manejamos un buen número de comisiones a nivel de padres de familia y todos están organizativamente interrelacionados, pensamos que la institución como tal es un organismo vivo, b miramos desde un enfoque sistémico, por lo tanto todos están interrelacionados completamente, las decisiones en general y cuando es posible se las toma de manera participativa casi no hay decisiones unilaterales o viceriales de rectorado, sino desde las instancias pertinentes (junta general, consejo directivo, comisiones, coordinadores pedagógicos) es decir todos tienen un nivel de autoridad, un nivel de poder y pienso que muchísima capacidad de autonomía para poder gestionar procesos propios.

7. ¿Cuál es la importancia para Usted de la comunicación y la radio en el mundo de hoy?

Fundamentales, pienso que el poder de generar una sociedad que esté comunicada, es decir que esté manejando la información pertinente y adecuada, histórica y socialmente pienso que es uno de los retos que deberían tener los medios de comunicación y la sociedad en su conjunto.

El tema de la comunicación dentro de la Quitumbe debe fluir mucho más dinámico, mucho más positivo bajo una percepción de optimismo frente a la vida, normalmente la comunicación se ha convertido en la transmisión pesimista de los hechos y creemos que es necesario modificar la actitud humana frente a la comunicación; creemos que también es importante que estos espacios que tienen los chicos se conviertan en un sitio a más de comunicativo en un lugar de formación e información, porque de hecho el mundo actual lo que demanda es chicos que sepan donde están, que sepan que hacer y más que todo que puedan proponerlo en relación a lo que tenemos.

Creo que la comunicación es importante y que sea concebida como una formación social de ellos no necesariamente ideológica aunque sin descartarla pero si es necesaria como un instrumento que la puedan manejar en general que puedan poseer toda la información respecto de su propia dinámica de vida cultural, social, de identidad, sexual, institucional que les permita conocer en el contexto en el que están y vivir dentro de esto insertos verdaderamente.

ANEXO 2

ENCUESTA

EDAD: _____ SEXO: _____

1. ¿QUÈ EMISORAS ESCUCHAS HABITUALMENTE? ¿POR QUÈ?

2. ¿QUÈ TIPO DE PROGRAMAS ESCUCHAS FRECUENTEMENTE?

Noticieros _____ Educativos _____ Deportivos _____

De Información _____ De Música _____ Culturales _____

Otros _____

3. ¿TE GUSTARÌA UNA RADIO DENTRO DE LA U.E.M.Q.?

Si _____

No _____

¿Porquè? _____

4. ¿CÒMO TE GUSTARÌA QUE FUERA LA RADIO?

5. ¿QUÈ TIPO DE PROGRAMAS QUISIERAS QUE TENGA ESTA RADIO? ¿POR QUÈ?

6. ¿QUÈ RITMO MUSICAL ES DE TU PREFERANCIA?

Nacional_____	Vallenatos_____	Clásica_____	Heavy Metal_____
Folcklòrica_____	Boleros_____	New Age_____	Tecno_____
Son Cubano_____	Baladas_____	Música Protesta_____	Rap_____
Merengue_____	Blues/Jazz_____	Rock Hispano_____	Pop_____
Cumbia_____	Salsa_____	Rock_____	Regae_____
Otros¿Cuáles?_____			

7. ¿QUÈ MÚSICA NO TE GUSTA OIR?

8. ¿QUÈ TIPOS DE PROGRAMAS NO TE GUSTARÌA ESCUCHAR?

9. ¿QUÈ HORARIO PREFERIRÌAS PARA UNA RADIO EN LA U.E.M.Q.?

Mañana_____	Media Tarde_____	Todo el Tiempo_____
Media Mañana_____	Tarde_____	

10. ¿QUIÈNES TE GUSTARÌA QUE INTEGREN ESTA RADIO?

Profesores	_____
Alumnos	_____
Autoridades Administrativas	_____
Gente de otros Colegios	_____
Otros ¿Cuáles?	_____

ANEXO 3

PLANIFICACION QUINCENAL N. 1

Profesor: Leonardo Buitrón Año lectivo: 2003 – 2004 Taller: Radio

Profesora: Tania Pullas Club de Periodismo Año: 2003

Período: 24 de octubre al 7 de noviembre

CONTENIDOS:

Introducción a la Comunicación y la Radio

Elementos del Lenguaje Radial

Locución: Ejercicios de respiración, Expresión Oral

EVALUACION:

Los métodos de evaluación utilizados son a través de la práctica no solo en los talleres sino también en la casa de los ejercicios de respiración, y como aprender a perder el miedo les ayuda en su expresión oral tanto dentro como fuera las aulas

OBSERVACIONES:

Las enseñanzas a través de pequeños juegos y dinámicas divierten a los chicos y enriquecen el aprendizaje.

Existe un nivel de nerviosismo en la actuación del frente a los demás compañeros, se necesita mayor apertura y tolerancia.

PLANIFICACION QUINCENAL N. 2

Profesor: Leonardo Buitrón Año lectivo: 2003 – 2004 Taller: Radio

Profesora: Tania Pullas Club de Periodismo Año: 2003

Período: 10 de octubre al 21 de noviembre

CONTENIDOS:

Locución: Ejercicios de Vocalización y Dicción

Manejo del Micrófono

Géneros Periodísticos: La Noticia, la Opinión, la Editorial, la Entrevista

(Encuesta), Pequeño reportaje, la crónica.

EVALUACION:

Realización de ejercicios en clase, practicas con trabalenguas y pronunciación de sonidos y letras. Redacción y practica de los diferentes géneros periodísticos para medios impresos, ejemplos con temas de su cotidianidad juvenil.

OBSERVACIONES:

Existe mayor desatención ya que el proceso exigía dictado y escritura de las cosas más importantes.

PLANIFICACION QUINCENAL N. 3

Profesor: Leonardo Buitrón Año lectivo: 2003 – 2004 Taller: Radio

Profesora: Tania Pullas Club de Periodismo Año: 2003

Período: 21 de octubre al 9 de diciembre

CONTENIDOS:

Formatos Pequeños en radio: La noticia, el comentario, la charla,

La entrevista, vox pop, pequeño reportaje

Boletín Informativo

Programa Informativo

EVALUACION:

Redacción de textos para la elaboración de un pequeño boletín informativo.

Diferenciación con ejemplos entre los formatos en radio y los géneros en impresos.

OBSERVACIONES:

Lo que quieren los estudiantes que se publique no es lo mismo que lo que prefieren las autoridades aceptamos sus correcciones y nuestras equivocaciones, pero se pide mayor apertura para próximas ediciones.

Hay que practicar más y de mejor manera la redacción así como la ortografía.

ANEXO 4
EJEMPLAR “QUITUMNOTAS GENERIS”

ANEXO 5
Producto Comunicativo “Radio Estridente”

RADIO REVISTA “PLASMANDO UN SUEÑO”

- 001 **Control:** **Presentación 1. Radio Estridente.**
- 002 Locutor: Aquí está tú radio revista.
- 003 Locutora: Estamos “Plasmando un Sueño”.
- 004 **Control:** **Enlace 1.**
- 005 Locutor: Hola amigos y amigas oyentes es un verdadero gusto estar con
006 ustedes compartiendo el inicio de las transmisiones de “Radio
007 Estridente”.
- 008 **Control:** **Cd 1. Regee.**
- 009 Locutora: Hola queridos oyentes, como lo dijo Leonardo, es un verdadero gusto
010 dar inicio a la programación oficial de tu “Radio Estridente”.
- 011 Es por ello que hemos preparado este programa piloto que abarca
012 todas y cada una de las experiencias vividas con este proyecto de
013 radio interna.
- 014 **Control:** **Efecto. Puerta abriéndose.**
- 015 **Control:** **Presentación primer segmento “La Llegada”.**
- 016 Locutor: Editorial. Comunicado a lo Quitumbe.
017 Dentro de la Unidad Educativa Municipal Quitumbe,
018 nació un anhelo, “Comunicar más y mejor”, un sueño puesto a prueba
019 por dos estudiantes egresados de la Universidad Politécnica Salesiana
020 -Escuela de Comunicación Social para el Desarrollo- que con el
021 apoyo de las autoridades de la institución, emprendieron el proyecto
022 de crear una radio de frecuencia interna en el plantel.
023 Después de haberse realizado la evaluación, estudio técnico de la
024 infraestructura y encuestas a los estudiantes de la Unidad Educativa
025 Municipal Quitumbe para contar con su compromiso y colaboración.
026 En el mes de octubre se comenzó con el siguiente paso, la
027 capacitación de 25 estudiantes, integrantes del Club de Periodismo y
028 Taller de Radio.

029 El proceso de aprendizaje ha llegado completarse en su primera etapa
030 a través de la enseñanza diversos talleres acorde al trabajo que hemos
031 emprendido.

032 Mas allá del conocimiento entregado, las horas de clases, la
033 metodología utilizada, hemos comprendido con juegos y dinámicas,
034 que el grupo tiene que ser mucho más que compañeros de taller,
035 profesores y alumnos; que somos amigos y un equipo de trabajo que
036 tiene una meta única es “Integrar a la Familia Quitumbina” a través
037 de la comunicación.

038 La Unidad Educativa Municipal Quitumbe, es una institución
039 diferente, con una educación dirigida para “La paz y la vida”,
040 con la certificación de calidad Iso9001. Que busca la participación y
041 libertad de expresión de los estudiantes, que son pequeños seres
042 humanos llenos de talento, creatividad e imaginación. A todos ellos
043 nos debemos y les otorgamos este primer trabajo de información y
044 comunicación.

045 Locutora: Es así como este proyecto es una respuesta para todas aquellas
046 personas que buscan y buscamos una verdadera comunicación
047 alternativa.

048 Todo lo aprendido en las aulas no podía quedar en el aire, sino ser
049 parte de la práctica en la ejecución de una radio interna.

050 Locutor: Es por ello y mucho más que ponemos a la consideración de nuestros
051 oyentes este programa.

052 **Control: Entrevista. Andrea.**

053 **Control: Pregrabado piloto.**

052 **Control: Efecto. Puerta abriéndose.**

053 **Control: Presentación segundo segmento “La voz de la Experiencia”.**

054 **Control: Entrevistas: Armando Grijalva, Gorky Gómez y Miguel Ángel**
055 **Soto.**

056 **Control: Enlace. Producto Quitumbe.**

057 **Control: Efecto. Puerta abriéndose.**

058 **Control:** **Enlace. Fiesta de inauguración.**

059 **Control:** **Cd 2.**

060 Locutora: Ahora me viene a la mente el momento mismo de la instalación de la
061 radio; cuando corríamos de un lado a otro con cables y cornetas,
062 drivers y herramientas. Los golpes dados contra las escaleras, las
063 caídas y el cansancio quedaron atrás; para que ahora podamos decir
064 valió la pena.

065 Locutor: También hay que recalcar el trabajo con los chicos dentro de los
066 talleres, el paulatino aprender y ante todo el entusiasmo con el cual
067 emprendieron el trabajo para dar como fruto la programación de
068 “Radio Estridente”.

069 Locutora: Es así que “Radio Estridente” tiene una programación variada,
070 entretenida y ante todo pensada de jóvenes para jóvenes. Tenemos
071 programas de opinión, entretenimiento, análisis, deportes, variedad y
072 musicales.

073 Locutor: Nuestros equipos de producción, investigación, manejo de equipos y
074 locución son los chicos/as que forman parte del Club de Periodismo
075 de la U.E.M.Q. y para ellos dedicamos este programa.

076 Locutora: Ha sido un placer compartir con ustedes nuestra experiencia en la
077 U.E.M.Q. y ante todo poner a su conocimiento el trabajo de todos y
078 cada uno de los involucrados en este proyecto.
079 Será hasta una próxima oportunidad, chao.

080 Locutor: Como lo dijo Tania será hasta una próxima oportunidad, chao.

081 **Control:** **Enlace. Despedida.**

082 **Control:** **Efecto. Cierre de puerta.**

ANEXO 6

UNIDAD EDUCATIVA MUNICIPAL QUITUMBE

RADIO “ESTRIDENTE”

GUION DEL PROGRAMA RITMHABLANDO

Locución: Ximena Proaño, Nataly Proaño, Sandy Peña y Estephanie Suárez

Operación de Equipos: Andrea Mayorga y Diego Albán

Tema : El Reggaeton.

- 001 **Control:** **Cd productos Quitumbe track11 tema: “Presentación**
002 **programación”**
- 003 Locutores: Saludos
- 004 **Control:** **Cd Héctor & Tito. Track 18 tema:”Bailando te Conoci”**
- 005 Ximena: ¿Que es el Reggaeton? Es una fusión entre rap y reggae que se
006 popularizó en Puerto Rico y Jamaica, donde tienen un buen número
007 de seguidores.
- 008 Es un ritmo picante,ailable, más atrevido que el rap, aunque la
009 letras de sus
010 canciones por regla debe tener cierta picardía Juvenil, mezcla de sexo
011 y palabras de doble sentido.
- 012 Nataly: Factores a favor del Reggaeton: Es una expresión juvenil como la fue
013 le twizz o Rock and Roll, en su tiempo y hay que respetarla de la

014 misma manera. Es un baile como cualquier otro de los jóvenes, con el
015 cuál nos podemos sentir libres de expresar nuestros movimientos.

016 Sandy: Factores en contra del Reggaeton: Hay canciones con letras que no
017 tienen sentido o con un doble sentido sexual. Si quieren opinar o
018 mandar mensajes o saludos a este tu programa ritmhablado puedes
019 hacerlo a través de los teléfonos 094422246, 097681810.

020 Vamos con más música.

021 **Control: Cd Hector & Tito. Track 6 tema: "Cae la Noche".**

022 Estephanie : Esta es la opinión de Martín Galarza de (Au-d) y los Subversivos
023 dos grupos de Reggaeton ecuatorianos tomada de un artículo de "El
024 Comercio": Los Subversivos: "Ellos aseguran que sus días
025 transcurren conversando con los amigos, trabajando en sus proyectos
026 y viviendo a plenitud. Sus canciones no tienen una tendencia
027 temática, pero siempre reflejan lo que viven. Ahí encontramos
028 nuestras motivaciones, eso es lo que nos permite sacar nuestras
029 canciones, ser como somos, y aplicar aquel lenguaje crudo en
030 nuestros temas, Vivimos nuestro día a día, sin restricciones porque no
031 necesitamos disfrazar la verdad. Aseguran".

032 Diego : Martín Galarza : " Martín Galarza concuerda con ellas y explica que
033 este género hereda el ritmo urbano del rap y el hip – hp, pero
034 mantienen la riqueza de sus letras, que no son fofas ni repetitivas sino
035 que se quedan en la mente y el corazón. Es un ritmo muy entrador,
036 que pone a bailar, y cuando se trata de mover la cadera la mueven

- 037 tanto el rico, como el pobre, el intelectual como el hombre común. El
- 038 reaggeton es un ritmo “underground” porque evoluciono en su
- 039 tematicay nivel de producción. Seguimos con la música de Hector
- 040 &Tito...
- 041 **Control: Cd Hector & Tito. Track 1 tema:”Baila Morena”**
- 042 Andrea: Esto es todo por el programa de hoy los esperamos la próxima
- 043 semana para hablar del Techno y la música electrónica. Les dejo con
- 044 la canción “Amor de Colegio”.
- 045 **Control: Cd Hector & Tito. Track 17 tema:”Amor de Colegio”**
- 046 **Control: Cd productos Quitumbe track 9 tema: “Despedida de la**
- 047 **programación”.**

BIBLIOGRAFIA

1. Aladro Vico Eva, *“Teoría de la Información y Comunicación Efectiva”*, Primera Edición; Madrid – España, 1999.
2. Bejar Helena, *“El Ámbito Íntimo”*, Editorial Paidos, España, Sin Año.
3. Canclini García Néstor, *“Culturas Híbridas”*, Segunda edición, Editorial Grijalbo, Buenos Aires - Argentina, 1995.
4. Dávalos Saravia Ximena, *“Gente Loca con Ideas Inteligentes”*, Monografía Universidad Andina Simón Bolívar, Quito – Ecuador, 2001.
5. Davida Buckingham, *“Crecer en la era de los medios electrónicos”*, SE, SP, Sin Año.
6. De Fleur Melvin – Ball Rokearch Sandra, *“Teorías de la Comunicación de Masas”*, Ediciones Paidos, Barcelona – España, 1998.
7. De Moragas Spa Miguel, *“Sociología de la Comunicación de Masas”*, Editorial Gustavo Gili, 4ta edición, Barcelona, 1994.
8. Dijk Van Teun, *“Ideología: un Enfoque Multidisciplinario”*, Gedisa Editorial, Barcelona - España, 1999.
9. Entez Alicia, *“Teorías de la Comunicación”*, Segunda Edición, Editorial Docencia, SP, 1995.
10. Eschenbach Joseff, *“Radiodifusión para la Innovación”*, Editorial Época, Alemania, 1978.
11. García Antonio, *“¿Comunicación para la Dependencia o para el Desarrollo?”*, Colección Intiyan, Quito - Ecuador, 1980.
12. García Camargo Jimmy, *“El Mundo de la Radio”*, Ediciones CIESPAL, Quito - Ecuador, 1998.

13. Geerts Andrés - Van Oeyen Victor, *“La Radio Popular Frente al Nuevo Siglo: Estudio de Vigencia e Incidencia”*, ALER, Primera Edición, Ecuador, 2001.
14. Giddens Anthony, *“La Transformación de la Intimidad”*, Ediciones Cátedra, Madrid - España, 1995.
15. Heneeus Pablo, *“Cultura Huachaca”*, Editorial Nueva Generación, México, 1981.
16. Hoeberichts Anouk – López Chang Miguel, *“Comunicación y Radio para el Desarrollo Local”*, Ediciones Abya Yala, Quito- Ecuador, 2001.
17. Kneller, *“Introducción a la Filosofía de la Educación”*, Editorial Norma, SP, 1984.
18. López Vigil José Ignacio, *“Manual Urgente para Radialistas Apasionados”*, Primera Edición, Quito-Ecuador, Mayo 1997.
19. Parra Alvarracín Germán, *“Bases Epistemológicas de la Educomunicación”*, Abya Ayala, Quito - Ecuador, 2000.
20. Pérez Lindo Augusto, *“Mutaciones”*, Editorial Biblios, Buenos Aires - Argentina, 1996.
21. Prieto Castillo Daniel, *“Educación a distancia”*, SE, Quito – Ecuador, Abril 2003.
22. Puente T, *“Nuevas tendencias de la educación”*, SE, SP, Sin Año.
23. Rivera María José, *“El Mensaje Radiofónico: El uso de la Radio en la Escuela”*, Universidad Andina Simón Bolívar, Madrid-España, 1993.
24. Sin Autor, documento de Internet,
<http://www.geocities.com/Paris/Rue/8759/mosco1.html>
25. Sin Autor; *“Introducción a la Teoría de la Comunicación”*; documento de Internet;
<http://146.83.41.80/curso/comorg/introd.htm>

26. Schuldt Jurgen, *“Repensando el Desarrollo: Hacia una Concepción Alternativa para los Países Andinos”*, Editorial Centro Andino de Acción Popular, Quito – Ecuador, 1995 .
27. Torres Rodrigo, *“Modulo de ejecución de proyectos”*, Editorial U.P.S., Quito – Ecuador, Julio 2001.
28. Trujillo Luis Fernando, *“La Radio como Empresa y como Medio de Información”*, Editorial Época, Bogotá – Colombia, 1992.
29. Varios Autores, *“Aprendizaje, la comunicación en un contexto personal”*. Ediciones CIESPAL, Ecuador.
30. Varios Autores, *“Sociedad Alternativa y Luchas Civiles”*, Ediciones Abya Ayala, Quito – Ecuador, 1988.
31. Varios Autores, *“Investigación Científica I”*, Editorial Mc Graw Hill, España, Sin Año.