



UNIVERSIDAD DE CUENCA

RESUMEN

“Influencia de valores morales emitidos en el programa ‘Reflexiones en Familia’ de Radio Católica en la conducta de los Jóvenes”, es un trabajo investigativo que da a conocer las causas y consecuencias de la denominada “crisis de valores” en los jóvenes, pero sobre todo, cómo las instituciones sociales (familia, sistema educativo, Iglesia Católica y MCS), deben fomentar y difundir los valores morales para los jóvenes de nuestra sociedad.

Para este propósito primero entregamos algunos lineamientos que se deben tomar en cuenta para la elaboración de un programa radial, además nos referimos a los valores morales y su importancia dentro de la sociedad.

Al conocer de las distintas tendencias de la ética, creemos conveniente que los principios de la ética moral, serían los más apropiados para ser aplicada dentro de la educación en valores morales dentro de la sociedad del siglo XXI.

Dentro del análisis realizado durante 3 meses al programa “Reflexiones en Familia”, descubrimos que la propuesta de fondo es muy positiva, sin embargo la forma de presentar este espacio no sería la más adecuada, pero a pesar de ello los 131 de los 297 jóvenes de la Parroquia Totoracocha que sí escuchan el programa manifiestan que, los valores y enseñanzas de este espacio radial son practicados y les permite tener una mejor actitud dentro de su entorno social.

Finalmente presentamos un proyecto radial educativo en valores para jóvenes que propone una comunicación espiritual, humanística y de autoestima, permitiéndoles resolver de mejor manera sus problemas.

Palabras Claves: radio, valores, análisis, proyecto.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.	1
CAPITULO I	
ROL DE LA RADIO	2
1.1 Elementos de la Comunicación.	8
1.1.1 El lenguaje.	9
1.1.2 Funciones del Lenguaje.	9
1.1.3 Lenguaje Radiofónico.	10
1.2 Elementos del Lenguaje.	11
1.3 Mensaje Radiofónico.	14
1.3.1 La Audiencia.	16
1.3.2. El Oyente.	18
1.3.2.1 Diferencia entre Oír y Escuchar.	18
1.3.3 Relación Mensaje Audiencia.	19
1.4 Formatos Radiofónicos.	21
1.4.1 Formatos Cortos.	22
1.4.2 Formatos Largos.	23
1.5 Planificación de un Programa Radiofónico.	26
1.5.1 Planificación y Comunicación.	26
1.5.2 Como Planificar un Programa Radiofónico.	29
1.5.3 Lenguaje Radiofónico.	37

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CAPITULO II

LOS VALORES, MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y JÓVENES.	37
2.1 ¿Qué son los Valores?	38
2.1.1 La Axiología.	39
2.1.2 Tipos de Valores.	42
2.1.3 Características de los Valores.	43
2.2 Los Valores Morales.	44
2.2.1 Antivalores Morales.	46
2.2.2 Los Valores Morales y la Ética.	50
2.3 Tres Tendencias de la Ética.	51
2.3.1 La Ética Católica.	52
2.3.2 La Ética Laica.	53
2.3.3 La Nueva Ética.	54
2.4 Valores Morales en la Sociedad, Familia y Educación.	56
2.4.1 La familia y los Valores Morales.	58
2.4.2 Educación en Valores Morales desde las Instituciones Educativas.	61
2.5 La Crisis de los Valores Morales Desde los MCS.	63
2.5.1 Medios de Comunicación Social y Globalización.	63
2.5.2 Presencia e Impacto de los MCS en la Familia.	66
2.5.3 Adolescencia MCS y Valores Morales.	70
2.6 Comunicación para el Desarrollo de los Valores Morales.	75
2.6.1 Como pueden Aportar los MCS al Desarrollo de los Valores Morales.	76
2.6.2 La Iglesia y el Estado sobre el Recto uso de los MCS.	77

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

2.6.3 Los Consumidores de los Medios de Comunicación y el uso Adecuado de los mismos.	82
2.7 Educación en Medios.	86

CAPITULO III

LAS RADIOS CATOLICAS

3.1 Historia de las Radios Católicas en el Mundo.	91
3.1.1 Radio Católica Nacional.	93
3.2 Radio Católica Cuenca.	94
3.2.1 Radio católica Cuenca sus inicios.	94
3.2.2 Misión y Objetivos de Radio Católica Cuenca.	96
*Audiencia.	
*Parrilla de Programación.	
*Equipamiento.	
3.3 Programa “Reflexiones el Familia” de Radio Católica Cuenca.	104
3.3.1 Análisis del Programa “Reflexiones en Familia”.	106
3.3.2 Recomendaciones para el Programa.	127

CAPITULO IV

ENCUESTA A LOS JOVENES DE 15 A 20 AÑOS.

4.1 Presentación de los Resultados y Análisis de las encuestas.	129
4.2 Proyecto del Programa Radial Juvenil “El Acolite”.	140
Conclusiones.	154
Recomendaciones.	156
Anexos.	159
Bibliografía.	205

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Carmita Eulalia Lazo Lasso, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Carmita Lazo Lasso

C.I. 010366901-6

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Sandra Mariuxi Amaya Flores, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Sandra Amaya Flores.

C.I. 010232482-9

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Sandra Mariuxi Amaya Flores, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social. El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Sandra Amaya Flores

C.I. 010232482-9

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Carmita Eulalia Lazo Lasso, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Carmita Lazo Lasso.

C.I. 010366901-6

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

UNIVERSIDAD DE CUENCA

**FACULTAD DE FILOSOFIA,
LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

“Influencia de valores morales emitidos en el programa ‘Reflexiones en Familia’ de Radio Católica, en la conducta de los Jóvenes”

Tesis previa a la obtención
de Licenciatura en Ciencias
de la Comunicación Social.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.

DIRECTOR:

Dr. BOLIVAR ÁVILA SOLANO.

CUENCA – ECUADOR

2012

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

AGRADECIMIENTO

“Señor que tanto me has dado, sé misericordioso y concédeme algo más: Un corazón agradecido”. Apóstol Pablo.

Mi gratitud a Dios Todopoderoso por permitirme existir, por las tristezas y alegrías que tuve que atravesar durante la elaboración de este trabajo, pues me permitieron ser más fuerte y valorar la vida cada día más.

A mi Mami. Por su gran paciencia comprensión, amor y buenos consejos, que me encaminaron por la vía adecuada.

A mi Papi. Quien me ha dado todo el cariño y me inculcó el valor de la responsabilidad, pilar fundamental para culminar mi carrera.

A mi Esposo e Hijos. Por su apoyo y confianza incondicional, lo que me dieron la fuerza suficiente para no rendirme y seguir adelante.

A mis Hermanos. Por su ayuda y colaboración que me permitió llegar a culminar esta meta.

A mi casa de estudios superiores, Universidad de Cuenca, y a los Maestros en especial, al Dr. Bolívar Ávila Solano, Director de la Tesis y al Master Hugo Johnson Humala, por entregarme las herramientas del conocimientos necesarias para culminar con éxito esta etapa de estudios.

A mi amiga y compañera de Tesis, Carmita, por el sacrificio entregado en este trabajo.

Mi sincero agradecimiento al Director de Radio Católica Lic. René Brito por su apoyo incondicional y a todos y todas quienes de una u otra manera han colocado un granito de arena para lograr este trabajo investigativo.

Gracias por su colaboración.

SANDRA

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

AGRADECIMIENTO

“Señor que tanto me has dado, sé misericordioso y concédeme algo más: Un corazón agradecido”. Apóstol Pablo.

Gracias a Dios por brindarme la oportunidad y la dicha de la vida, por presentarme los medios necesarios para hacer realidad esta meta, y ser ante todo el apoyo incondicional para lograrlo.

Gracias, a mis maestros de toda la vida, porque me brindaron su orientación con profesionalismo ético, imparténdome sus conocimientos con paciencia y sabiduría. Y porque ahora forman parte de lo que soy.

Un agradecimiento especial a mi director. El Dr. Bolívar Ávila Solano por hacer posible esta Tesis. Al Máster Hugo Johnson Humala por su apoyo brindado.

A mis padres, hermanos y amigos debo agradecerles por su amor, apoyo, ánimo, compañía, amistad y comprensión, que me brindaron en este camino de la vida.

Y por su puesto a mi gran amiga Sandrita por la constancia y perseverancia para hacer realidad este sueño.

CARMITA

ALUMNAS:
SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

DEDICATORIA

Con humildad, pero a la vez con mucho orgullo, dedico este Trabajo Investigativo a mis amados Papis María del Carmen y Rodrigo, ejemplo de amor, sacrificio y entrega, quienes hicieron lo posible y hasta lo imposible para que nunca me falten los estudios y a mis hermanos que me entregaron su apoyo para cumplir esta meta.

A mi Amor, Marco y a mis amorcitos Allison y David por su cariño y espíritu comprensivo, lo que me permitió avanzar en mi objetivo propuesto.

Dedico este trabajo a mi querida Abue, Luz María, quién ahora es mi ángel que me protege y guía desde el Cielo.

De igual manera, a todos los docentes que desde mi niñez me entregaron sus sabios conocimientos y sembraron en mi corazón y mente los valores morales, éticos que me han permitido ser una persona que contribuye con su trabajo al engranaje de esta sociedad.

SANDRA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

DEDICATORIA

Dedico esta Tesis, con todo mi amor a mis papis, José y Zoila; quienes han tenido que enfrentar muchos sacrificios y a pesar todas las limitaciones, siempre estuvieron apoyándome y brindándome su amor, con ejemplos dignos de superación y entrega.

A mis hermanos: Olimpia, Lucia, Alex, Carlos, Oscar, Amanda y amigos que en todo momento supieron regalarme parte de su tiempo, quienes constantemente están inyectando mi corazón de esperanza, alegría, y comprensión en momentos difíciles. Reanimando mi espíritu.

A una persona muy especial, E. C. gracias por ser parte de mi vida, por todo el apoyo que me has dado para continuar y seguir con mi camino, gracias por estar conmigo y recuerda que eres muy importante para mí.

¡LOS QUIERO MUCHO!

CARMITA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ASPECTOS INTRODUCTORIOS.

DELIMITACION DEL OBJETO:

Hemos considerado necesario investigar al programa "Reflexiones en Familia" de Radio Católica cuenca 98.1FM, para analizar el contenido de sus mensajes, con el fin de verificar la calidad de programación que presenta y la incidencia en la formación de valores morales en los jóvenes de 15 a 20 años.

PERIODO: Julio2011-Octubre 2011

ESPACIO: Programa "Reflexiones en Familia" transmitido los días jueves, en el horario de: 15h00 a 16h00 por Radio Católica, emisora de la Arquidiócesis de Cuenca.

AREAS DE ESTUDIO: comunicacional, valores morales y educativo de la radio

JUSTIFICACION:

Con el paso del tiempo la sociedad ha cambiado sustancialmente su forma de pensar y vivir, va adoptando costumbres, hábitos e ideologías, distintas a su cultura, todo esto gracias a la globalización, en este sentido los medios de comunicación privados, sobre todo la televisión, presenta efectos negativos en gran parte de la sociedad y muy particularmente en los niños y jóvenes, al no presentar ni fomentar los valores morales que han sido tristemente sustituidos con programas, en su mayoría banales; lo único que logran es crear antivalores como: la hostilidad, el conflicto, aspectos sexuales mal enfocados, el consumismo etc. Generando alienación en los receptores y por ende una sociedad frívola, egoísta, sin valores; dando como resultado una sociedad homogénea, con una perspectiva pasiva y poco crítica.

De allí que en nuestra época el problema de los valores morales que actualmente se encuentra en crisis reflejada en una sociedad cuyos jóvenes se encuentran inmersos en el alcoholismo, drogadicción, violencia, irrespeto, embarazos precoces, etc., por lo que constituye un fenómeno de gran preocupación para los padres de familia, maestros, iglesia y que debería también constituir un tema de inquietud para los medios de comunicación social.

De allí que es menester realizar un análisis investigación de la crisis de valores morales que atenta a nuestros jóvenes para conocer sus causas y posibles soluciones que conlleven a formar personas con principios y valores que les ayude a enfrentar con una actitud correcta y acertada, las diversas y complejas situaciones del mundo moderno.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Ante ello la Arquidiócesis de Cuenca, decidió tomar parte en la lucha contra este proceso, al crear el 1 de abril de 1998, Radio Católica Cuenca, una emisora que mediante su programación basada en temas religiosos y de valores morales, pretende nutrirá su audiencia con mensajes que rescaten los sentimientos nobles de las personas, para evitar que siga en auge la crisis de valores morales que actualmente afecta el normal desarrollo de la sociedad.

Es preciso aclarar que la falta de estudios profundos en este campo por quienes están vinculados a la labor comunicacionales notoria, por lo tanto, este trabajo investigativo aspira llenar tal vacío presentando un estudio serio que permita determinar si el programa “Reflexiones en Familia” de Radio Católica Cuenca cumple el papel de fomentar los valores morales dentro del comportamiento y desarrollo de los jóvenes, que les permita orientar su conducta mediante normas adecuadas para relacionarse correctamente con sus semejantes en su entorno natural y social permitiéndoles poner en claro el sentido de subida para que logren la felicidad.

Además pretendemos con tal investigación dejar una base teórica para nuevos estudios que se hagan sobre programas radiales que fomentan los valores morales dentro de la sociedad y de paso contribuir a la creación de una conciencia crítica dentro de los medios de comunicación social de Cuenca, para que dentro de su parrilla de programación incluyan mensajes que rescaten los valores lo que redundará en bien de nuestra sociedad.

PROBLEMATIZACION:

Sin duda los medios de comunicación no son buenos o malos por sí solos, es decir, depende del uso que les den, es conocido que la televisión, la prensa, y la radio dependen de la publicidad, a su vez los anunciantes colocan sus avisos en programas que tienen mayor audiencia (rating), que por lo general son los que incluyen mensajes cargados de: violencia, generando insensibilidad en su audiencia, por cuanto, no se muestran las secuencias del dolor y desamparo que dejan los hechos violentos y agresivos. En el caso de la inmoralidad y la promiscuidad sexual se presenta como normal, las consecuencias: divorcios, embarazos precoces, abortos, etc. La publicidad que conlleva al consumo del alcohol, las drogas y la moda que son aceptadas por los receptores, como algo real y normal, alejando a las personas de una vida plena y en armonía con sus semejantes. Esto constituye en nuestra cultura la denominada crisis de valores morales de la juventud si “Entendemos como cultura un sistema de valores y conocimientos compartidos ampliamente en el seno de una sociedad transmitida de generación en generación.” (UPS, Ecuador, 148.)

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Esta decadencia de valores que se observa en los jóvenes es impactante, por el cambio de conductas que de alguna manera chocan con nuestras formas de vivir establecidas, añorando de esta forma el pasado en donde existía mayor respeto entre las personas, en donde los índices de violencia, alcoholismo y drogadicción no eran tan elevados como en la actualidad, ahora nos encontramos en una sociedad cuyos “valores” como: la responsabilidad, la libertad, la amistad, la solidaridad, y la confianza, etc., han sido desplazados; lo que significa una verdadera crisis de valores es decir lo negativo de la sociedad.

“Actualmente nos enfrentamos a una sociedad en la que los valores tradicionales y espirituales no han desaparecido, sino que han sido desplazados por la invasión del consumismo y del individualismo.” (UPS, Ecuador, 149). Es necesario entender que (...) “Los valores son como patrones que guían la vida de los hombres. Son expresiones idealizadas relativas a las necesidades humanas. Por tanto, orientan toda la actividad del hombre en las situaciones concretas de su vida. Por consiguiente, son el fundamento por el que en un determinado momento se hace o se deja de hacer una acción...” Según Salvador Peiró Gregori, Dr. En Filosofía y Letras. (De la Espriella, 5.)

Lamentablemente los medios de comunicación social están suplantando roles familiares, por ejemplo: hay muchos jóvenes y niños que son educados en soledad, únicamente con la presencia de la T.V., radio, internet, etc., pues sus padres están absorbidos por sus trabajos fuera del hogar. Así las cosas los hijos se tornan en consumidores de los mensajes, de estos medios, que manejan violencia, saturando sus mentes, sin que nadie les dé una plena orientación; provocando que los niños y jóvenes lleguen a ser poco sociables, agresivos, y rebeldes.

Por todo ello es evidente que nuestra sociedad atraviesa por una verdadera crisis de valores, y está en manos de los propios medios de comunicación resarcir este daño, pues la misión de éstos no solo debe quedarse en informar y entretener sino también educar, pero lamentablemente la mayoría no toma en cuenta este último aspecto, presentando programas banales con contenidos alejados del plano de los valores

Ante esta situación la Iglesia Católica a través de los medios de comunicación, en este caso la radio, entrega orientaciones de: respeto, solidaridad, amistad, libertad, es decir la promoción de valores morales, que se conjugan con la práctica de la religión, no cabe imaginar una restauración de valores desligada del aspecto religioso.

Radio Católica Cuenca Nació con un reto, el de contrarrestar los mensajes sexistas, consumistas y violentos que emiten la mayoría de los medios de

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

comunicación privados; para ésta difícil tarea Radio Católica presenta un programa a la salvaguarda y a la promoción de los valores morales, a través de la cual pretende apoyar con un granito de arena para lograr una sociedad menos conflictiva. Bajo este contexto pretendemos conocer a través de la investigación si el programa “Reflexiones en Familia” está logrando contrarrestar la estructura de antivalores implantada por los medios de comunicación dentro de la sociedad, su compromiso es fomentar los valores morales, contribuir a definir la personalidad de los jóvenes, formando así individuos críticos y transformadores de una sociedad.

Al emitir mensajes que fomentan los valores morales, se pretende prevenir y solucionar las conductas antisociales provocadas por la falta de valores, al tiempo de sembrar una actitud positiva, lo cual es clave para una vida plena y feliz.

OBJETIVO GENERAL:

- Analizar la estructura del programa radial “Reflexiones en Familia”
- Enumerar los valores familiares transmitidos a través del programa “Reflexiones en Familia” que han contribuido a mejorar la vida de los jóvenes en el entorno social.
- Indagar sobre el talento humano que está a cargo.
- Provocar una reflexión entre los medios de comunicación social de la ciudad, sobre los valores familiares que deben contener los mensajes que emiten a su audiencia.

MARCO TEÓRICO:

Dentro de la familia y en el ámbito educativo se producen y transmiten valores, como el respeto, la honestidad, la responsabilidad, etc., “Los valores son aquellos atributos que nos hacen personas de verdad. Son cualidades que nos contribuyen como grupo humano auténtico”. (Romero, 04). “Los valores no existen de forma aislada, sino jerárquicamente ensamblados en la unidad de cada persona y de la sociedad.” (Romero, 17).

Sin embargo vivimos en una sociedad moderna, compleja y acelerada, en donde los cambios económicos, socio-políticos, y tecnológicos han transformado la cultura de nuestra sociedad, sobre todo en este último tiempo, presenta una incidencia directa en el desarrollo de nuestra juventud y trastoca seriamente los valores morales que deberían ser los pilares de una sociedad en armonía.

Según el Sociólogo George Gerbner autor de la Teoría del Cultivo o Análisis de Cultivo, manifiesta que: “la exposición a la intensa repetición de definiciones erróneas sobre la realidad en los medios masivos conlleva a la percepción de la

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

realidad como normal. El resultado es la legitimación de una realidad mal enfocada, que afecta el comportamiento”. (www.analisisdelcultivo.blogspot.com).

“Los diarios, las revistas, las noticias, las películas y los programas de televisión reflejan todos los días la decadencia de los valores (...) Estas noticias se suceden de una forma tan constante e ininterrumpida, que la gente se ha endurecido. A nadie le escandaliza ya estos escándalos.” (Izquierdo, 55).

De esta manera, podríamos decir que van desapareciendo los valores morales, alterando notablemente el equilibrio de la sociedad, situación que preocupa a padres de familia, educadores y a la Iglesia Católica.

VALORES MORALES Y ANTIVALORES:

Entendemos por valor la escala ética y moral que cada persona tiene y que está relacionada con la educación impartida en la familia, nos ayuda a diferenciar lo bueno de lo malo, es decir son las pautas establecidas para que las personas puedan desarrollarse correctamente dentro de la sociedad. “En la familia se inculcan desde los primeros años de vida los valores morales, se transmiten el patrimonio espiritual de la comunidad religiosa y el patrimonio cultural de la Nación. En ella se aprende las responsabilidades sociales y la solidaridad”. (www.vatican.va.com).

“El valor moral es esencialmente una creencia o convicciones profundas que guían la existencia humana. Es un modelo ideal de realización personal que intentamos, a lo largo de nuestra vida, plasmar en nuestra conducta”. (Ortega, 20).

A continuación citamos algunos valores morales:

- 1.- Libertad: Lo que le permite decidir si quiere o no hacer algo, bajo su responsabilidad.
- 2.- Honestidad: Es el respeto a la verdad del sujeto con sí mismo y con el resto de las personas.
- 3.- Amistad: Es una relación afectiva entre dos personas o más, la cual incluye respeto y afecto mutuo.
- 4.- Respeto: Nos ayuda a tener amigos y buenas relaciones ya que si tú respetas te respetan.
- 5.- Confianza: es la esperanza firme que se tiene en alguien o en algo, es fiarse en la palabra o acciones del otro.

Estos actos humanos se convierten en virtudes y a su vez en hábitos que se pone al servicio de los demás como un abecedario cotidiano de la sociedad.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Así como existen los valores morales también hay anti valores que rigen las conductas de las personas a través de actitudes negativas, convirtiéndolas en seres insensibles al entorno social. Estos pueden ser entre otros:

- 1.- Esclavitud: es una forma de sometimiento del hombre por el hombre.
- 2.- Deshonestidad: actúa con mentira y engaños para obtener lo que desea.
- 3.- Odio: sentimiento negativo de antipatía, disgusto y enemistad.
- 4.- Irrespeto: aquel que no acata los sentimientos, pensamientos ni derechos de los demás.
- 5.- Desconfianza: es la falta de credibilidad en la palabra dada y en las acciones de determinadas personas.

Estos anti valores a simple vista, llevan a los individual a altos grados de deshumanización y degradación, como consecuencia de estas prácticas reciben el rechazo y el castigo por parte de la sociedad. "Llamamos anti valores a todo cuanto se opone al crecimiento armonioso de la personalidad (...) A menudo la sociedad nos propone más posibilidades de desarrollar los anti valores. Se nos impone como valores los anti valores de la utilidad, de la moda, del culto al cuerpo, del poder, del dinero". (Romero, 17).

Dentro de la Teoría de los Valores:

Durkheim funda los valores en la sociedad, es decir, desarrolla la tesis del origen social de los valores, porque da como cierto que la sociedad es forjadora de ideales. Para él sociedad equivale, a su vez, a conciencia colectiva, creadora simultáneamente de representaciones, de conceptos y de valores, con idéntica eficaz acción coercitiva sobre las conciencias individuales. (Dujovne, 157).

Podemos decir que los valores hacen posible el desarrollo armonioso de las capacidades del ser humano, afectan a la conducta, configuran y modelan las ideas, como los sentimientos y sus actos. El hombre se construye y crece como persona en la realización de estos valores.

VALORES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL:

En el mundo actual existe por parte de los medios de comunicación un mal uso y orientación de los mensajes, creando valores falsos sobre gran parte de la sociedad y sobretodo de los jóvenes, originada por la globalización que equivale a la creación de un mundo de consumidores pasivos de pensamiento único, a una aniquilación de la diversidad cultural, ofreciendo una amplia gama de anti valores

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

impuestos por sectores dominantes que pretenden mantener el status quo a través del uso de los medios masivos.

No obstante, se hace urgente la necesidad de rescatar los valores morales, (la libertad, el respeto, la amistad, la honestidad y la confianza); que en los últimos tiempos se han visto desplazados por los contravalores, “la causa de que esto esté sucediendo en nuestras familias es por el deterioro de los valores familiares básicos por causas como: infidelidad, mentalidad anticoncepcionista, el uso del alcohol, la presencia de la televisión o los juegos de video y la poca o nula práctica de la fe.” (www.es.catholic.net).

Tomando en cuenta que la familia es considerada como el núcleo de la sociedad.

A más dela familia y la escuela, existen pocos medios de comunicación social dedicados a educar a la juventud en su forma de pensar y actuar; uno de ellos es Radio Católica Cuenca con el programa “Reflexiones en Familia” pretende emitir mensajes que conlleven a la reflexión del núcleo social y en especial de los jóvenes sobre la importancia de practicar los valores morales, que fortalezcan el entusiasmo por la vida y el optimismo por la existencia humana.

“El valor, decimos, siendo el mismo encuentra formas, manifestaciones o modos de realización según las culturas o momentos históricos. Lo que es el valor está siempre condicionado en su manifestación y realización por el tiempo y el espacio, sin dejar de ser el mismo valor” (Ortega, 22).

Según la Teoría de los Usos y Gratificaciones de los autores Elihu Katz, Blumler y Gunevitch: “Cada individuo selecciona los estímulos a los que quieren responder, atendiendo a causas como sus valores, intereses y funciones sociales. Por tanto, más que ser los medios los que dicen al espectador qué ver, son los usuarios de forma activa los que dicen, atendiendo sus necesidades y a la gratificación que les proporcionen.” (www.es.wikipedia.org).

No basta con tener únicamente ciertos valores como guía en el desarrollo de nuestras vidas, es necesario comprender que todos formamos parte de la sociedad y por ende la responsabilidad de mejorarla es de cada uno de nosotros, al tomar conciencia de la importancia de fomentar y preserva los valores morales.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN CATÓLICOS:

La Iglesia Católica encontró en los medios de comunicación social un excelente apoyo para difundir el Evangelio y los valores, así como para defender los sólidos principios que son indispensables en la construcción de una sociedad respetuosa con la dignidad de la persona humana y del bien común. También los utiliza para

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

difundir informaciones sobre ella misma y para ampliar los conocimientos de la evangelización, de la catequesis y de la formación personal.

Para el recto uso de estos medios es absolutamente necesaria que todos los que los utilizan conozcan las normas del orden moral en este campo y las lleve fielmente a la práctica.

Consideren, pues, las materias que se difunden según la naturaleza peculiar de cada medio; al mismo tiempo, tengan en cuenta todas las condiciones y circunstancias, es decir, el fin, las personas, el lugar, el momento y los demás elementos con los que se lleva a cabo la comunicación misma que puede modificar su honestidad o cambiarla por completo. (www.vatican.va).

La Doctrina Social de la Iglesia es un conjunto de normas y principios referente a la realidad social, política y económica de la humanidad y forma parte de la Teología Moral.

Esta doctrina contiene tres niveles:

a.- Los principios de reflexión proviene del evangelio y el derecho natural, aplicables a las diversas situaciones históricas. Afirman la dignidad de la persona humana, la igualdad fundamental de los hombres, sus derechos inalienables, el derecho a la vida, a la propiedad, el derecho natural de asociación, etc.

b.- Los criterios de juicio están compuestos por juicios morales, dictados sobre hechos históricos, estructuras e ideologías. Estos juicios varían en la medida en que cambian las circunstancias que le dieron origen.

c.- Las directrices de acción comprenden normas morales que se deducen de los principios; por ejemplo las obligaciones sociales de la propiedad, el salario, etc.

Estas directrices requieren del concurso de los recursos de la ciencia y del saber para llevarlas a la práctica. (www.mailxmail.com).

Por otro lado, los medios de comunicación se constituyen en un poderoso instrumento que puede ponerse al servicio del desarrollo de los pueblos, por lo que es necesario defender un código ético que regule o sirva de árbitro en el complejo proceso comunicativo social.

MISIÓN EVANGELIZADORA DELA RADIO CATÓLICA:

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

La Arquidiócesis de Cuenca siguiendo el ejemplo de la Santa Sede en Roma, optó también por hacer uso de los medios de comunicación, es así que el 1 de abril de 1998 se creó Radio Católica de Cuenca FM, emisora de la Arquidiócesis de nuestra, ciudad cubriendo la zona austral del país, con el objetivo de informar, entretener y sobre todo educar promoviendo los valores morales y espirituales, que debido a los grandes avances tecnológicos y científicos el ser humano, se vuelve insensible ante la vida, “pierde la ilusión de amar, el entusiasmo por la vida, el optimismo por la existencia humana y crece la angustia, el estrés como dominantes del hombre (...) ya no vive su existencia en medio de la antítesis entre la verdad y la falsedad, llega a una indiferencia entre el bien y el mal.” (Saavedra, 151).

Por lo anotado, esta emisora católica busca a través de una programación variada e innovadora, orientar y contribuir a la formación de una conciencia colectiva y al bienestar de los oyentes.

Su visión: ofrecer una programación de calidad, de interés general y más humana, para ello cuenta con 30 programas semanales de los cuales el 50% son de carácter religioso – educativo; uno de ellos es “Reflexiones en Familia” el cual está orientado a fortalecer los valores morales basados en el cumplimiento de las orientaciones señaladas por los preceptos de la Iglesia Católica.

El Decreto Conciliar Inter Mirifica el capítulo sobre el recto uso de los Medios de Comunicación Social, numeral 11 dice: “Recuerden siempre que la mayor parte de los lectores y espectadores está compuesta de jóvenes, necesitados de prensa y espectáculos que les ofrezcan ejemplos de moralidad y los estimulen hacia sentimientos elevados.” (www.aporrea.org).

PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN:

-¿Qué valores morales transmite el programa “Reflexiones en Familia” de Radio Católica Cuenca?

-¿Qué pretende este programa, al presentar mensajes con valores morales?

-¿Existe o no un refuerzo de los valores morales en los jóvenes que escuchan el programa?

-¿Son profesionales en Comunicación Social las personas que producen y presentan el programa y cuentan con una íntegra formación en la doctrina social de la Iglesia?

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

HIPÓTESIS GENERAL:

El programa “Reflexiones en Familia” de Radio Católica Cuenca, está asegurando la protección y promoción de los valores morales en los jóvenes de 15 a 20 años de edad, porque escuchan y ponen en práctica los mensajes de este espacio radial, que los ayudan a tener una vida más organizada y menos conflictiva.

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO:

Para llevar adelante la presente investigación utilizaremos los métodos cualicuantitativos aplicaremos las técnicas de recolección de datos, para ello tomaremos una muestra del 10% del universo de 2792 jóvenes de 15 a 20 años de edad, de la parroquia Totoracocha (datos obtenidos del último censo poblacional realizado por el INEC en 2010), para descubrir cuantos escuchan el programa “Reflexiones en Familia” de Radio Católica, qué valores morales son los que más escuchan en dicho programa, y a su vez indagar los anti valores que más practican los jóvenes y de dónde son aprendidos; esto a través de encuestas mixtas porque también indagaremos si los mensajes que transmite el programa radial, refuerzan o no los valores que estos jóvenes aprendieron en sus hogares.

Aplicaremos la entrevista no estructurada para saber si el personal que está a cargo del programa en investigación es o no profesionales en la rama de la Comunicación Social, conocer el objetivo del programa, que valores morales priorizan en su mensaje radiofónico y cuál es el formato de “Reflexiones en Familia”.

Adicionalmente realizaremos la observación de campo la cual nos permitirá analizar el desenvolvimiento, conocimientos, preparación; antes, durante y después de la emisión radial y verificar qué recursos radiofónicos emplean (entrevista en vivo, radio-dramas, efectos, llamadas telefónicas, etc.). Analizaremos los mensajes que emite este programa para determinar qué valores morales son los que más se enfatizan y si el lenguaje utilizado es el adecuado para ser aceptado por los jóvenes, a través de la grabación de 12 programas que los recopilaremos durante 3 meses (Junio- Agosto).

También recurriremos a las técnicas documentales para consultar y analizar diferentes fuentes como: textos, revistas, artículos y el internet, que nos servirán de apoyo para la redacción de nuestra tesis.

POBLACIÓN: Personal que produce y presenta el programa “Reflexiones en Familia” que se transmite los días jueves de 15h00 a 16h00 en Radio Católica

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuenca. Además los jóvenes de 15 a 20 años de la parroquia Totoracocha de Cuenca.

UNIVERSO DE ESTUDIO: Radio Católica Cuenca y la Parroquia Totoracocha de Cuenca, con una población de 2792 jóvenes de 15 a 20 años.

MUESTRA: El programa "Reflexiones en Familia" que se transmite el día jueves de 15h00 a 16h00 y los jóvenes de 15 a 20 años de la parroquia urbana Totoracocha, cuya muestra será de 279 jóvenes que representa el 10% de la totalidad, serán escogidos de forma aleatoria para la encuesta.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

INTRODUCCIÓN

Debido a diversos factores, como: la globalización, los avances tecnológicos, la desintegración familiar entre otros aspectos, han hecho que la sociedad moderna padezca de la denominada “crisis de valores”, dando como resultado, que el ser humano se convierte en una persona egoísta e individualista, siempre atado al trabajo, a la moda, al materialismo, a la comodidad; problemática que ya ha sido ampliamente tratada en diferentes estudios e investigaciones.

La formación en valores toma mucha importancia y notoriedad en los actuales momentos, pues todos estamos altamente preocupados por la no práctica de los valores en nuestra sociedad. Por ello el presente trabajo pretende rescatar la formación y el fortalecimiento de los valores morales hacia los jóvenes a través de un programa radial emitido por una emisora católica.

Los medios de comunicación juegan un papel destacado en el engranaje social y con esta investigación hemos podido comprobar la importancia que tiene la radio como medio de comunicación dentro de una sociedad, pues a pesar de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTICs), principalmente de la informática, internet y telecomunicaciones, la radio a diferencia de otros inventos que debido al desarrollo tecnológico han desaparecido, este se mantiene vigente por ser un medio de difusión masivo que llega al radio-escucha de forma personal, tiene un mayor alcance ya que llega a todas las clases sociales.

Es innegable el aporte que brindan las emisoras a la circulación de información, al diálogo entre los pueblos, pero la mayoría de éstas han distorsionado el objetivo



UNIVERSIDAD DE CUENCA

primordial para el cual fueron creados, dedicándose a someter al hombre a intereses dominantes, pero toda regla tiene su excepción, pues existen varias radioemisoras cuyo interés primordial es contribuir de manera positiva a la sociedad. Así tenemos a radio Católica Cuenca, emisora que tiene como objetivo, el evangelizar, educar y promover los valores morales a todas las personas.

Pero nuestro propósito está orientado más bien a conocer cómo un programa radial puede contribuir a fomentar los valores morales en los jóvenes para superar los diferentes problemas que se generan por la ausencia de éstos.

Los valores son actitudes y comportamientos que una persona tiene gracias a la educación recibida en su hogar, están presentes durante la vida del ser humano y que son demostrados y practicados en sus relaciones interpersonales, por ello es necesario que los valores morales sean cada vez reforzados en los hogares, en los establecimientos educativos, en los templos religiosos y en los medios de comunicación social enseñanza que en lo posible deberá basarse en el ejemplo.

Los valores son dinámicos, históricos, se expresan de diferentes formas dependiendo de la cultura a la que pertenece cada individuo, por eso los valores son estables y permanentes, objetivos y universales, pero también dinámicos y cambiantes, relativos y subjetivos, o sea los valores están condicionados por el tiempo y el espacio en donde se los practica.

Los dos últimos capítulos contienen el análisis completo del programa “Reflexiones en Familia” de radio Católica de Cuenca, que comprende la producción (el valor educativo, y los aspectos estructurales y formales del programa), la realización del

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

programa (calidad técnica e interpretativa), disponibilidad de recursos (técnicos, humanos, económicos.) y el análisis del público al que va dirigido.

Pero nuestro propósito no es simplemente el análisis de qué valores son transmitidos en este programa y si éstos influyen o no en el desarrollo de la vida de los jóvenes de 15 a 20 años de edad, pertenecientes a la parroquia de Totoracocha, sino más bien aportar con esta investigación a que surjan proyectos comunicacionales orientados a rescatar, reforzar y promover los valores morales dentro de nuestra sociedad para logra un buen vivir, y también concienciar a aquellos que dirigen los diferentes medios de comunicación social para que destinen espacios orientados a los valores morales .



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CAPITULO I

EL ROL DE LA RADIO

Breve Historia de la Radio en el Ecuador:

La radio, uno de los medios de comunicación masiva, “tuvo su origen en la década comprendida entre los años 1920 a 1930. En este entonces la programación era transmitida en forma de ondas de amplitud modulada (A.M.) y posteriormente con mayor fidelidad en ondas de frecuencia modulada (F.M.)” (González, 46); a partir de esta época surgieron nuevas emisoras, debido a que, este novedoso medio de comunicación social tiene varias bondades entre las más destacadas, su alcance pues permite que sus ondas sonoras lleguen a un mayor número de personas, y su fácil adquisición, es decir los aparatos receptores tienen un costo no tan elevado, comparado con la T.V.

En nuestro país a partir de los años 90, surgieron varias radioemisoras y este hecho influyó mucho en el desarrollo socio-político como económico.

El inicio de la radio en el Ecuador se puede situar en el año 1925, cuando el ingeniero Carlos Cordovez Borja instaló, en la ciudad de Riobamba, la primera emisora ecuatoriana “Radio El Prado”, en sus inicios de manera esporádica y experimental, pero formalmente y de manera estable desde 1929. Dos años más tarde, en la navidad de 1931, abrió sus puertas en Quito una estación que sería un eje de la actividad radial en el país HCJB. (López, 101).

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

La Radiodifusión en Cuenca:

La radiodifusión en Cuenca desde sus orígenes, ocupó un lugar importante en la vida de las personas, en sus inicios el público cuencano sintió atracción por este novedoso medio de comunicación social, el cual permitía a los ciudadanos que tenían los receptores, disfrutar de las emisiones religiosas, musicales y saludos a determinadas familia pudientes de la época.

En la década de los 30, las clases sociales de la provincia del Azuay, estuvieron determinadas entre, una clase aristócrata y una clase baja; la clase alta disponía de todos los bienes de producción y por ende del capital financiero; lo que influyó para que la radiodifusión cuencana consolide sus cimientos e inicien, lo que sería luego de varios años, las grandes empresas radiales que, hoy por hoy, existen y como es lógico, son las clases dominantes las dueñas de las primeras emisoras.

Entre las primeras radios en Cuenca, constan:

- La Voz del Tomebamba.
- Radio Cuenca.
- Radio Universal.
- Radio Alborada.
- Radio Ondas Azuayas.
- Radio El Mercurio.

Estas estaciones radiales tuvieron sus inicios entre los años 1934 a 1950, la mayoría continúan al aire, otras han desaparecido, han cambiado de dueños o de razón social, y es que, con el devenir del tiempo dicho medio de comunicación ha ido evolucionando paulatinamente, tanto de forma como de fondo

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Los propietarios de las estaciones radiales realizaron esfuerzos económicos para mejorar la calidad, cobertura y tecnología, adquiriendo modernos equipos emisores y transmisores de gran capacidad y fidelidad, con lo cual, incorporaron programas radiales con contenidos ajenos a nuestra realidad y necesidades, es decir, “programas enlatados”, tales como: campañas de alfabetización importadas desde los E.E.U.U., además adoptaron las formas y estilos de hacer radio del país del norte (formatos radiofónicos, publicidad, etc.) cuyo fin estaba dirigido a fortalecer y patrocinar tanto las ideologías como los sistemas económicos de los países capitalistas, lo que trajo consigo la dependencia económica, política y cultural de nuestro país.

Las nuevas tecnologías van transformando cada vez más a nuestro mundo y sin duda, el futuro traerá consigo grandes sorpresas, sobre todo en el ámbito de la comunicación. Sin embargo los medios tradicionales como la televisión la radio y la prensa, han visto en los avances tecnológicos la oportunidad de avanzar en esta nueva era digital.

Hoy, dicha tecnología permite a la radio llegar con una mayor agilidad y calidad de sonido, no solo a nivel local, nacional, sino también internacional; gracias a los enlaces satelitales y el internet, constituyéndose de esta manera, en una de las mayores evoluciones que ha tenido este medio de comunicación social.

EL Papel de la Radio:

Por naturaleza, los seres humanos desde sus orígenes, han tenido la necesidad de comunicarse con las personas de su entorno o ajenas al mismo, para transmitir



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ideas, sentimientos, necesidades, e información de diversa índole, todo esto a través del proceso de la comunicación (emisor - mensaje - receptor). Sin embargo y por la necesidad de mantener una comunicación ágil y de mayor cobertura, el hombre inventó los diversos medios de comunicación social (prensa radio y televisión) que son ahora considerados tradicionales.

La Radio, que es el medio en el cual se basa nuestra investigación, tiene la virtud de llegar a los lugares más recónditos de la complicada geografía de nuestro país, ya que en ciertas zonas del Ecuador, es el único medio que vincula a las personas entre sí y con el resto de la sociedad.

Características de la Radio:

La radio como medio de difusión llega a su audiencia de forma personal porque brinda al oyente una relación más cercana, dándole un grado considerable de participación e interactividad mediante las llamadas telefónicas, las redes sociales, etc.; también se caracteriza por su información instantánea y sencilla; la cual está dirigida a todas las personas, es decir, no distingue clases sociales; su costo de producción es menos elevado que el de los otros medios, pues al ser solo audio, le permite utilizar diversos elementos creativos como: voces, música, formatos radiales y efectos, elementos que consiguen estimular la imaginación y la reflexión en los oyentes; por último una persona puede adquirir de forma fácil, un receptor de radio que un televisor ya que su costo es más económico.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Por ello, es fácil encontrar aparatos receptores en diferentes dependencias de la casa, en los carros, en los lugares de trabajo y hasta una persona puede llevarlo en su bolsillo, con el fin de estar acompañado durante cualquier hora del día.

Por otra parte, podemos citar como desventajas de las emisoras radiales las siguientes: dentro de sus parrillas de programación cuentan con limitados programas culturales, educativos; priorizando únicamente programas musicales; entre sus mayores competidores están: la televisión, el internet, juegos de videos.

Por último, podemos decir que el gran mal de la mayoría de las radios es el financiero, aspecto que impide, en muchos de los casos, reconocer con sueldos justos a sus trabajadores o empleados, debiendo éstos, conseguir publicidad por su propia cuenta, para tener ingresos económicos por el trabajo que realizan.

1.1 Elementos de la Comunicación.

En la comunicación se distinguen cinco etapas básicas, tal como la detallamos a continuación:



EMISOR: es aquel que origina el mensaje, el que trata de comunicar una idea o acción a otra persona.

MENSAJE: es todo lo que el emisor transmite, éste debe ser claro y comprensible, pues de lo contrario no se establecería una comunicación eficaz.

ALUMNAS:
SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CODIGO: idioma que tienen en común el emisor y receptor, permite facilitar y entender la comunicación.

CANAL: es el medio físico que se utiliza para enviar el mensaje.

RECEPTOR: es quien recibe o interpreta un mensaje, es decir; decodifica, reconstruye, registra el mensaje y a su vez reacciona ante este estímulo.

RETROALIMENTACIÓN O FEED-BACK: refiere a la respuesta que el receptor da al emisor ante el estímulo provocado por el mensaje.

Todos estos factores que forman parte del proceso comunicativo, deben funcionar perfectamente para que el acto comunicativo sea efectivo y logre sus propósitos.

1.1.1 El Lenguaje.

El lenguaje es una facultad que tienen los hombres para comunicarse entre sí, a través de la utilización de un conjunto de signos, ya sea, a través de la palabra, las señas o la escritura; sin embargo su naturaleza es esencialmente oral, en este sentido el emisor debe ser consciente que el lenguaje utilizado en un mensaje, debe ser sencillo y de fácil comprensión para el receptor, teniendo presente que:

El lenguaje se usa para comunicar una realidad (sea afirmativa, negativa o de posibilidad), un deseo, una admiración, o para preguntar o dar una orden. Según sea como utilizemos las distintas oraciones que expresan dichas realidades, será la función que desempeñe el lenguaje. (www.profesorenlinea.cl.com)



UNIVERSIDAD DE CUENCA

1.1.2 Funciones del Lenguaje.

- * **Denotativa o Referencial:** es la transmisión de la información tal cual se presenta. “La selección ecuatoriana viajó a Brasil”.
- * **Emotiva o Expresiva:** se da cuando el mensaje está matizado con los sentimientos o deseos del emisor ¡Ojalá deje de llover!
- * **Connotativa o Apelativa:** buscamos que el receptor haga o deje de hacer algo. “Cierre la puerta por favor”.
- * **Función Fática o de Contacto:** se utiliza para iniciar la comunicación con el receptor y comprobar que el canal permita la interacción. “Buenos días, ¿Cómo está?”
- * **Poética o Estética:** Crea belleza en el mensaje, cualquier poema es un ejemplo de esta función.
- * **Función Metalingüística:** hace referencia al mismo lenguaje.

1.1.3 Lenguaje Radiofónico.

En la radio es necesario utilizar un lenguaje especial, pues, es un medio de comunicación que se dirige exclusivamente a uno de los cinco sentidos del ser humano; dicho lenguaje debe “mezclar” ordenadamente los recursos sonoros (la palabra, la música, los efectos, el silencio y la ambientación) que variarán de acuerdo al programa que se desarrolle. Con el lenguaje radiofónico “podemos lograr que el oyente se alegre o se ponga triste, que visualice en su mente un

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

paisaje, que recree un movimiento, que sienta miedo, que se entretenga o que se aburra...Porque, en el universo radiofónico, todo es posible.”
(www.recursos.cnice.mec.es.com.)

1.2 Elementos del Lenguaje Radiofónico.

La Palabra: En el lenguaje radiofónico la voz debe ser clara, además se debe tomar en cuenta que el tono de voz influye mucho al momento de hablar, “cuando el lenguaje se identifica con el sentimiento tiene más acogida, mayor receptibilidad y más profunda resonancia” (García, 173). Por ello cuando hablamos en radio, las palabras que se utilicen, deben ser comunes, familiares, claras y directas; evitando siempre el uso de palabras vulgares, expresiones despectivas, humillantes, de discriminación, de machismo, de violencia etc. Además se recomienda no expresarse en primera persona (el yoísmo), y no hablar de forma acelerada ni tampoco muy lenta.

El Locutor: es aquella persona que habla de manera profesional a través del micrófono para presentar, animar e informar al público oyente y en ocasiones conversar con su audiencia mediante la línea telefónica, el Twitter o Facebook. Se caracteriza por transformar las palabras en imágenes auditivas que provoque en el oyente reacciones como alegría, enojo tristeza, etc., todo esto mediante la radio, que es considerado por algunos autores como el medio de comunicación “ciego”.

No basta tener buena voz, saber leer, tener buena dicción y vocalización. El locutor debe ser una persona estructurada, de una



UNIVERSIDAD DE CUENCA

gran sensibilidad humana, un artista de la palabra, un técnico en la interpretación, un experto vendedor de la idea, un gran intérprete de los sentimientos y un auténtico representante y vocero de la cultura de su pueblo. (García, 188).

Para el locutor, su herramienta de trabajo primordial, es la voz, es por ello fundamental educarla y cuidarla mediante técnicas de locución como la vocalización y dicción, lo que permitirá obtener intensidad, ritmo y entonación al momento de emitir un mensaje.

Tipos de Locutores:

La clasificación del locutor depende del tono de voz que lo caracteriza y de los requerimientos de la radio, a continuación describimos algunas clases de locutores:

1. **Locutor de Noticias:** cuenta las noticias e información con seguridad, claridad, sencillez y veracidad.
2. **Locutor Comentarista:** es aquella persona preparada y con criterio propio para analizar un tema y a su vez orientar a su audiencia, se caracteriza por ser honesto y objetivo.
3. **Locutor Comercial:** persuade al público para que sean potenciales consumidores de los productos o servicios que promociona, mediante una voz vital y convincente.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

4. **Locutor de Cabina:** se podría decir que es un resumen de las diferentes clases de locutores antes mencionadas, porque pasa la mayoría del tiempo en cabina, debe ser muy versátil.

La Música: es un elemento de la comunicación radiofónica cuya melodía deleita y entretiene al oyente. La música en la radio cumple una serie de funciones según como se la quiera utilizar.

- **Función Expresiva:** crea una atmósfera o un ambiente especial, como por ejemplo, alegría, tristeza, melancolía, etc.
- **Función Gramatical:** sirve como puntuación para separar bloques, pasar de un tema a otro. Así podríamos decir que, luego de las palabras del locutor si se coloca una cortina musical de 10 segundos, significa un punto y aparte; un fragmento corto, es decir, una ráfaga musical de 5 segundos, puede sugerir un punto y coma, pero un golpe musical de (3 segundos), sirve para impresionar al oyente o separar ligeramente informaciones.
- **Función Descriptiva:** no solo describe estados de ánimo, sino también, los ambientes, paisajes, lugares, por ejemplo: una persona al escuchar una ranchera pronto lo asociará con la ciudad de México.
- **Función Reflexiva:** pretende que el receptor luego de escuchar la música, recapacite, piense y analice sobre el mensaje emitido.
- **Función Ambiental:** describe el ambiente de un lugar, por ejemplo: sonidos de la naturaleza o el bullicio de una ciudad.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Efectos Sonoros: son especiales, se los utiliza para imitar algún sonido real o ficticio, por ejemplo, para simular un incendio de un bosque, debemos frotar papel celofán, y partir pequeños palillos de madera; sin embargo y gracias a los avances tecnológicos, existen una multiplicidad de efectos que se los puede conseguir en CD o en internet.

El silencio: Es otro elemento del lenguaje, el silencio es la falta de sonido, se considera que puede ser total cuando se deja de escuchar la palabra, la música o ruidos, con lo cual se pretende animar la reflexión del radioyente, pero ojo, este recurso no debe ser explotado frecuentemente ni por largo tiempo, porque podría confundir al oyente de que se trata de un “bache”, es decir, cuando ocurre un lapsus y el locutor o técnico de sonido no actúan a tiempo, dejando el silencio por un error.

Ambientación Sonora: se refiere a los sonidos captados en el lugar de los hechos, como ejemplo, cuando se graba durante una manifestación las consignas, aplausos y gritos, emitidos por parte de los protestantes.

El ruido: constituye todo sonido que es provocado de manera no intencional tanto en el aspecto técnico como humano, y que en lugar de ser un aporte acústico lo único que logra es interferir en el proceso comunicativo, evitando que el mensaje llegue audible, el ruido es desagradable al oído y distrae la atención de las personas con gran facilidad.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

1.3 MENSAJE RADIOFÓNICO.

Desde la perspectiva de la Teoría de la Comunicación, “mensaje es una agrupación acabada, ordenada, de elementos concentrados en un repertorio, que constituyen una secuencia de signos reunidos según ciertas leyes” (Moles, 109). Podemos decir entonces que un mensaje radiofónico es una secuencia ordenada de palabras, música, efectos y silencio, que al ser utilizadas adecuadamente por parte del locutor o presentador, logrará plasmar las ideas, información, pensamientos a los oyentes, obteniendo así una mayor acogida del mensaje transmitido.

A través de las ondas radiales se puede transmitir mensajes de diferente índole, sean estos: políticos, sociales, económicos culturales, educativos, religiosos, etc.; deben emitirse de forma clara, sencilla y directa. “No es suficiente, entonces, determinar lo que queremos decir: tenemos que saber cómo decirlo a través de la radio para ser escuchados, atendidos y entendidos.” (Kaplún, 47).

Es necesario entonces tomar en cuenta a **quién** va dirigido el mensaje, **qué** le vamos a informar o contar, **cómo** transmitiremos el mensaje, **cuándo** lo damos a conocer y **por qué** se hablará de determinado tema.

“El cultivar la atención de la gente es un arte; el mantenerla, una ciencia y, la combinación de las dos, una verdadera técnica.” (García, 164-165), aspectos que deben ser tomados muy en cuenta por quienes laboran en radio, pues una de las limitaciones de este medio de comunicación, es la fugacidad de lo que se transmite. El mensaje también está condicionado por las características que



UNIVERSIDAD DE CUENCA

presente el medio radiofónico, que pueden ser de tipo comerciales o privadas, públicas, populares.

El mensaje busca comunicar algo a alguien, para lo cual, se utiliza el lenguaje que está conformado por signos y un código, es decir un mismo idioma, facilitando el proceso de codificación y decodificación durante la comunicación entre emisor y receptor.

1.3.1 LA AUDIENCIA.

Nos encontramos en una época en donde los avances tecnológicos y los medios audiovisuales predominan en todo el mundo, en este sentido la radio también ha ido evolucionando con las nuevas y más completas formas de comunicación (Tics), esto ha hecho que se mantenga vigente y así mantiene la fidelidad de su audiencia.

Cabe resaltar que los oyentes son la razón de ser de una emisora, va destinado a ellos toda la programación elaborada por el talento humano y los recursos técnicos de la radio, con el fin de complacer los gustos y necesidades de la audiencia, quien será al final si acepta o no escuchar determinado programa, pues tiene la facilidad de cambiar el dial o apagar el radio receptor en segundos.

Hombres, mujeres, niños, jóvenes y adultos mayores, de diferentes clases sociales, con distintos niveles de educación, de diversidad cultural, razas y credos distintos; son los que conforman la **audiencia** de una emisora.

El concepto de audiencia se refiere al conjunto de destinatarios potenciales y reales los que se dirige la emisora con su



UNIVERSIDAD DE CUENCA

programación y en muchos casos con la información. Pero no puede tomarse como algo monolítico. Es preciso referirse a múltiples variables imprescindibles para plantearse la información como un servicio a las mismas de tal manera que no puede hablarse de audiencia en un sentido unitario sino de la diversidad de audiencias a las que se dirige la radio por la fragmentación producida y por las peculiaridades de cada grupo (Cebrián, 221)

Como ya lo hemos dicho anteriormente, “cuando un mensaje va dirigido a todos no va dirigido a nadie”, bajo esta concepto, las radio-emisoras han visto conveniente clasificar su programación para un público determinado tomando en cuenta, los gustos, necesidades y estados de ánimos, estos programas podrían ser informativos, infantiles, juveniles, deportivos, musicales, culturales, religiosos, etc.

“los programadores pueden tener también un interés especial por conocer cuáles son los motivos que llevan a un oyente a escuchar una determinada emisora, qué grado de atención le presta y qué opinión le merece un programa” (Portilla y Herrera, 161)

Toda emisora desea conocer su rating de sintonía para saber el número de oyentes que tiene, cuáles son los programas de mayor sintonía y en qué horarios, esto se lo consigue mediante un estudio sobre los niveles de audiencia; lo que dará ciertas pautas para que los dueños o directivos del medio, determinen la permanencia o no de un programa o de un locutor; además permitirá tomar medidas para mejorar el grado de aceptación de los oyentes.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Pero si los resultados de estos estudios de audiencia son satisfactorios se dejará en claro que la emisora, con sus programas y locutores tiene gran calidad, popularidad y está muy bien consolidada, lo cual es clave para que los anunciantes de productos o servicios prefieran las emisoras con mayor rating de sintonía y coloquen allí su publicidad, con el fin de que llegue a un mayor número de personas, trayendo consigo beneficios económicos para la emisora.

1.3.2 El Oyente.

Por todos es conocido que, si las personas consideran que lo que están escuchando no es de su interés, o no tiene atractivo, la comunicación quedaría en el denominado “punto muerto”. Cabe resaltar que no todos los individuos tienen la misma capacidad de atención o les agrada las misma cosas, esto entre otros factores hacen que las personas escuchen o no un mensaje con mayor atención, es decir, si el locutor dice cosas interesantes y es agradable al realizar su programa radial, el oyente no se desprenderá de la sintonía.

Los oyentes son parte indispensable dentro de la radiodifusión, ellos seleccionan libre y responsablemente los programas de calidad, además buscan y desean una participación real y eficaz en los medios de comunicación.

1.3.2.1 Diferencia Entre Oír y Escuchar.

Son palabras que comúnmente se confunden como sinónimos y tienen el mismo significado, sin embargo las dos tienen una gran diferencia.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Una persona al oír radio, también puede de manera simultánea realizar otras actividades, entenderíamos entonces que no pone atención a los mensajes que recibe, el oír se limita a simplemente recibir los sonidos o palabras a través del oído, es decir no existe mayor esfuerzo al realizar esta actividad.

En tanto que, el escuchar es prestar toda la atención posible para entender y razonar el mensaje que recibimos, aquí la persona tiene la capacidad de decidir y seleccionar lo que le convenga según sus necesidades, para ello debemos evitar todo tipo de distracciones. “El oído tiene la capacidad de seleccionar aquello que más le interese a la persona que escucha en cada momento. No importa que existan otros sonidos. Se agudiza para captar el que más le interese y selecciona entre varios” (Cebrián, 84).

El saber escuchar bien, no solo ayuda a solucionar muchos problemas en el trabajo o en el hogar, sino que también ayuda a ver el mundo a través de los ojos de otros.

1.3.3 Relación Mensaje Audiencia.

Está en manos de productores y realizadores radiofónicos, el crear espacios atractivos para cada segmento poblacional con el ánimo de asegurar su sintonía de forma permanente, la audiencia, al no sentirse cautivada acude a otras opciones que satisfagan sus expectativas, no olvidemos que existe una gama de alternativas a elegir en el mundo de los medios de la comunicación y del entretenimiento.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Los oyentes consideran a la radio como una amiga, de la cual esperan compañía, diversión, consejos; creando una relación íntima, a tal punto que permiten que ingrese a sus hogares, oficinas, autos. Además existe un compartir, esto a pesar de que el oyente no conoce a las personas que hablan por la radio y viceversa, sin embargo, la empatía permite que el radioescucha en ciertos programas pueda llegar a formar parte de este espacio, cuando hace uso de la línea telefónica y de las redes sociales, con el fin de comunicarse, expresar sus inquietudes, solicitar música, dar sus opiniones, etc.

La audiencia de los distintos medios de comunicación social, es totalmente vulnerable a recibir cualquier tipo de mensajes sean estos positivos o negativos, por lo que, la audiencia debe tener una reflexión crítica para interpretar el lenguaje simbólico de los mensajes, sus efectos e influencias en las personas para no caer en la cultura de la violencia y del consumismo que a diario se presentan en los medios de comunicación social, especialmente en la T.V.

Debe existir además una responsabilidad social de los medios de comunicación, más aún cuando el oyente, como ya lo dijimos, permite entrar a su hogar a los mass medias, pero no con el afán de que arrojen dentro de ella basura, sino al contrario deposite conocimientos, contribuyan a preservar y fomentar la cultura y los valores.

Velásquez, César Mauricio, Conferencia a periodistas en conflicto, Arauca 2005. "El poder de los públicos es inmenso, es urgente alfabetizar a los receptores para que exijan transparencia a los gobiernos y calidad a los medios. El público crítico tendrá la



UNIVERSIDAD DE CUENCA

capacidad de vetar la telebasura, la radiobasura, y la prensabasura. Es el público el que puede derrotar esas viejas y equivocadas aseveraciones de que hay que recibir y ver todo lo que los medios difunden; que las verdades las hacen las encuestas y que los primeros en el rating son los mejores. (Anagramas, 55).

1.4 FORMATOS RADIOFÓNICOS

Son las diferentes formas de presentar un programa proveniente de cualquier género, pues moldean su contenido. ¿Pero, qué es un género y un formato radiofónico?

La primera tiene una raíz griega que significa generación, origen. Digamos que son las primeras distribuciones del material radiofónico, las características generales de un programa. La segunda viene del vocablo latino forma. Son las figuras, los contornos, las estructuras en las que se vierte los contenidos imprecisos". .
(www.daniradio.wordpress.com.)

Para José Lopez Vigil los géneros de la radiodifusión son:

Según el Modo de Producción de los Menajes:

Dramático

Periodísticos

Música

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Según la Intención del Emisor:

Informativo	Religioso
Educativo	De Movilización
De Entretenimiento	Social
Participativo	Publicitario
Cultural	

Según la Segmentación de los Destinatarios:

Infantil	Campesino
Juvenil	Urbano
Femenino	Sindical
De Tercera Edad	

Ahora bien dentro de esta clasificación, podemos encontrar una sub-clasificación pues existe una variedad de formatos, que pueden ser modificados dependiendo de la imaginación del guionista.

1.4.1 Formatos Cortos: Por lo general duran de 15 segundos a 15 minutos y son:

1.- La charla: se trata de un discurso o monologo breve.” Se estima que una charla para ser oída con atención, no debe exceder de cinco minutos” (Kaplún, 159), en esta se puede encontrar a su vez tres variantes:

- **La Charla Expositiva:** es sencilla y económica, explica, divulga y da consejos aunque no es recomendable para la radio por ser monótona.
- **La Charla Creativa:** trata de contar una vivencia. Busca entablar una comunicación con el oyente y provocar a su vez una respuesta personal.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- **La Charla Testimonial:** llega al oyente por ser de la vida real, se cuenta una historia de alguien fallecido o que está vivo pues el objetivo es causar reflexión en el oyente.
- 2. La Entrevista:** es el formato más utilizado por los periodistas para obtener la información y luego ser transmitida en los noticieros, se basa en un diálogo basado en preguntas y respuestas, sobre determinado tema o hecho de trascendencia social. La entrevista se la puede realizar en vivo o pre-grabada, esta última tiene la opción de ser editada o no.
 - 3. La noticia:** la noticia es una información corta, “la noticia ha de ser inteligible, correcta, relevante, atrayente.” (Ouro, 46), Tiene el propósito de informar sobre hechos y acontecimientos de la actualidad de forma clara y objetiva.
 - 4. Comentario:** se deriva de aquellas noticias e informaciones, que dan pie a opiniones y análisis de un hecho de impacto social, económico, político, o cultural; el comentario puede ser a favor o en contra de un suceso con el propósito de orientar al oyente a estar de acuerdo con el mismo, pero al final será el oyente quien apruebe o no tal comentario.
 - 5. El editorial:** es la opinión del medio de comunicación ante un acontecimiento que atañe a la sociedad.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

6. La cuña o Spot Publicitario: emite mensajes cortos que promocionan servicios o productos al público, el éxito del mismo, depende de su pautaaje diario.

1.4.2. Formatos Largos: Estos se caracterizan por tener una duración de 15 minutos a 2 horas como máximo.

1. **El Noticiero:** está conformado por una serie de noticias de carácter local, nacional e internacional, que comúnmente se transmite en tres emisiones diarias, con el fin de mantener informada a la población. Aquí se conjugan otros formatos cortos como la noticia, la entrevista y el comentario.

2. **El Diálogo:**

-*Diálogo Didáctico:* es simple porque no requiere de elementos técnicos, sin embargo puede ser ágil e interesante.

-*Radio-consultorio:* un especialista responde a las inquietudes del público.

3. **El Documental:** se basa en la investigación profunda sobre un tema, que es abordado de diferentes ángulos, se incorporan a él, formatos cortos como la entrevista la noticia, a lo que se suma testimonios, dramatizaciones, música y efectos sonoros; elementos que mantendrán la atención del oyente hasta el final. Existen dos clases de documentales uno narrado y otro dramatizado.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

4. **El Reportaje:** podríamos decir que es similar al documental, lo que varía aquí es, que el reportaje se elabora con temas actuales y es informativo; en tanto que el documental aborda temas de cualquier época con un afán educativo.

5. **La Radio Revista:** es tal como una revista gráfica en el sentido de que contiene variados temas: noticias, deportes, comentarios, temas actualidad, consejos, música, farándula, etc. Es conducida por uno o dos presentadores quienes deben tener ingenio y carisma, además el programa se caracteriza por que las diferentes secciones son matizadas con música. Una revista radial, puede ser diaria o semanal y su duración varía de 30 a 120 minutos.

6. **Los Radio-dramas:** recrean la realidad a través de actores, se utilizan los recursos radiofónicos, que ya los conocimos anteriormente, para lograr la emotividad y reflexión del oyente sobre el mensaje incluido en la acción dramática.

Los formatos dramáticos pueden clasificarse en tres:

- * **Unitarios:** son los que tienen su inicio, desarrollo y clímax en una sola emisión radial.

- * **La Serie:** se conforma por los unitarios, se desarrollan en base a un tema general, del cual surgen capítulos que para ser comprendidos, no es necesario haber escuchado el capítulo anterior, el personaje central no varía.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

* **La Radio-novela:** está conformada por varios capítulos que están ordenados de forma continua, para que todos estos den a conocer el contenido completo de la novela. Al final de cada emisión se debe dejar en el oyente un tinte de suspenso e incertidumbre por saber qué se presentará el siguiente episodio.

Como productores, tenemos que familiarizarnos con estos formatos, manejarlos adecuadamente para lograr una comunicación ágil, atractiva, fluida, y sin ruidos, garantizando de esta manera la empatía con nuestra audiencia.

1.5 PLANIFICACIÓN DE UN PROGRAMA RADIOFÓNICO.

Para el desarrollo de este punto consideramos necesario definir lo que es la **planificación**.

Definición de Murdick, 1994: “Consiste en decidir con anticipación lo que hay que hacer, quién tiene que hacerlo, y cómo deberá hacerse”

Definición Jiménez, 1982: “La planificación es un proceso de toma de decisiones para alcanzar un futuro deseado, teniendo en cuenta la situación actual y los factores internos y externos que pueden influir en el logro de los objetivos” (www.apuntesgestion.com).



UNIVERSIDAD DE CUENCA

De acuerdo a estos conceptos, **planificación**, consiste en definir un plan en donde se fusionan varios factores como: los objetivos, los recursos, los medios y las acciones para llegar a la meta planteada, teniendo en cuenta siempre las posibles dificultades que se puedan presentar durante la planificación, como hechos imprevistos o consecuencias no deseadas, para lo que se requiere de cierto grado de flexibilidad que permita modificar la planificación, en caso de ser necesario.

1.5.1 Planificación en Comunicación.

Dentro de las instituciones y de las empresas, es necesario que para su crecimiento, cuenten con una planificación, que les permita alcanzar sus objetivos planteados. Es así que la radio, considerada como una empresa, requiere de una planificación interna en la que participan diversos actores (administrativos, directores, redactores, locutores, técnicos de sonido, etc.) para alcanzar el éxito.

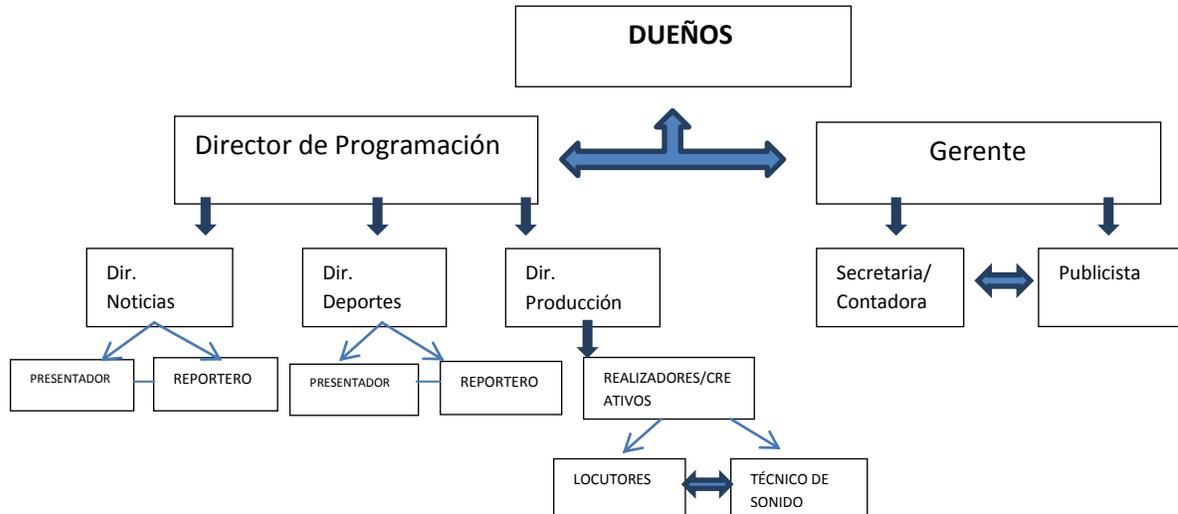
La estructura organizacional de una empresa radiofónica consiste en establecer y coordinar las actividades de los miembros que laboran en una emisora pero tomando en cuenta su perfil profesional, habilidades y aptitudes, de allí que es preciso tener presente el siguiente organigrama.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA ORGANIGRAMA DE UNA RADIO



Fuente: Radio Católica.

Elaboración: Sandra Amaya Flores y Carmita Lazo.

Los Dueños: Son aquellas personas naturales o jurídicas que han adquirido una emisora radial ya sea en A.M. o en F.M., son quienes imponen los fines que persigue la empresa radial, ya sea de lucro o de carácter social, los dueños son los que tienen la última palabra en la toma de decisiones, tanto de índole económico, de programación, talento humano, adquisición de equipos entre otros, en fin, son los que aprueban el presupuesto, y designan cargos de responsabilidad en la empresa.

- **Área de Programación y Producción.**

Director de Producción: Es el encargado de organizar el talento humano dentro de las distintas programaciones, establece el horario en el que saldrá al aire cada uno de los programas tomando en cuenta el público para el que va dirigido y la importancia de la información., es decir, coordina la programación de la emisora.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Director de Noticias: Es la persona encargada de dirigir el noticiero, planifica las fuentes informativas que deberá cubrir el reportero durante la jornada, además coordina las entrevistas para el noticiero en vivo, y mantiene reuniones permanentes con los reporteros y presentadores para el trabajo diario.

Director de Deportes: Es aquel que organiza las coberturas en vivo de las diversas disciplinas deportivas que será transmitidas por la estación radial y designa al personal que estará al frente de éstas, a su vez canaliza los recursos económicos necesarios, además realiza tareas similares al Director de Noticia.

Director de Producción: Su responsabilidad es elaborar la producción radiofónica ya sea pre grabada o en vivo, tanto promociones de la propia emisora, como cualquier tipo de publicidad.

Locutores: Personas que están al frente del micrófono, se caracterizan por tener una voz clara con la cual cautivan a la audiencia, presentando información, anuncios, música, entre otros.

Técnicos de sonido: Son los encargados del manejo de todos los equipos de la radio para que la señal salga al aire en óptimas condiciones.

- **Área Administrativa de la Radio.**

Gerente: Asume la administración financiera, que permite la distribución económica para el funcionamiento de la radio.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Secretaria/Contadora: Es aquella que realiza todas las gestiones administrativas, brinda atención tanto personal como telefónica de los distintos requerimientos que se genera en la radio, y se encarga de llevar los registros de ingresos y egresos de la empresa radial.

Publicista: Es quien recorre las distintas instituciones, empresas públicas o privadas y las áreas comerciales con el fin de obtener publicidad para el financiamiento de la emisora.

El organigrama descrito, es solo un ejemplo de cómo puede estar organizada una emisora, toda vez que, este puede variar de acuerdo al tamaño de la empresa radial, el número de personal y los recursos tecnológicos, con los que cuente.

1.5.2 ¿Cómo Planificar un Programa Radiofónico?

Podemos decir que, un programa de radio es un proyecto en donde se conjugan varios elementos comunicacionales que se transforman en mensajes de carácter informativo, educativo o de entretenimiento; que son presentados en un determinado horario y dirigido a un público específico.

Por ello es necesario que los productores tengan un alto grado de creatividad para incentivar la imaginación de los oyentes en cada uno de sus programas, se debe entonces combinar elementos como la palabra, la música, los sonidos, los efectos, y el silencio en un programa radiofónico y así lograr un producto comunicacional que responda los requerimientos del público oyente.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Se propone entonces, una guía de elementos que deben ser tomados en cuenta para elaborar un programa radial:

- * *Establecer el objetivo.*
- * *Público al que va dirigido.*
- * *Nombre del programa.*
- * *Tiempo de duración.*
- * *Horario de transmisión.*
- * *Estructura del programa.*
- * *Temas.*
- * *Locutores.*
- * *Recursos Técnicos y materiales.*
- * *La publicidad.*
- * *Producción.*

- Establecer el Objetivo:

Para iniciar un programa radial, lo primero que debemos tener en cuenta es el objetivo que se desea alcanzar, es decir, los resultados que el productor desea obtener de su audiencia al momento de lanzar al aire un determinado programa, “un programa solo se justifica si tiene una finalidad, si llena una necesidad. Si le sirve al oyente, si le aporta y le deja algo. Si lo ayuda a enriquecerse en términos de reflexión y de conciencia crítica.” (Kaplún, 266).

- **Público al que va Dirigido:**

De la gran masa de posibles radio-escuchas que existen, debemos clasificar un grupo específico; porque como nos decía un maestro en las aulas universitarias “cuando algo va dirigido a todos, no va dirigido a nadie”, por lo que, debemos

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

tomar en cuenta las edades, el grupo social, ubicación geográfica, etc. “Ello determinará los contenidos del programa, sus características, el lenguaje que emplearemos; e incluso será decisivo para la fijación del horario.” (Kaplún, 266).

- Nombre del Programa:

Es el que caracteriza un determinado espacio y con el cual la gente lo identifica, “se sugiere seleccionar un nombre sugestivo o insinuante que englobe lo que el programa ofrece sin ser tan obvios, como: rockanroleando, sería mejor “azul Pastel” (por aquello de las agujetas de color de rosa).”
(www.todoencomunicacion.blogspot.com.)

- Tiempo de Duración:

Existen programas de media hora (30 minutos), de una hora (60 minutos) o de una hora y media (90 minutos), dependiendo del contenido del programa. “La cuestión no reside, pues, en la cantidad de minutos, sino en ganarnos el derecho a cada minuto, justificándolo por el interés y la calidad de lo que ponemos dentro de él.” (Kaplún 271).

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.

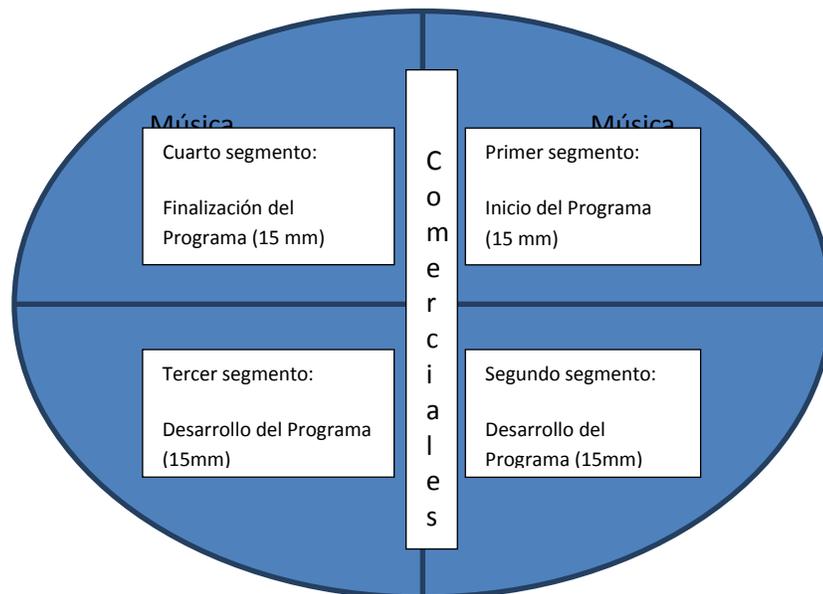


UNIVERSIDAD DE CUENCA

Otro aspecto que se debe tomar en cuenta, es la distribución adecuada del tiempo designado para el programa, pues el propósito es no cansar al oyente con una transmisión monótona, en donde no existen pausas, ni elementos de ninguna índole que maten el programa radial.

Un ejemplo de lo indicado podría ser el dividir el programa en 4 segmentos, si éste dura una hora:

Distribución del Tiempo en un Programa Radial.



Fuente: Programa "Reflexiones en Familia"
Elaboración: Sandra Amaya Flores y Carmita Lazo.

- Horario y Frecuencia de Transmisión:

ALUMNAS:
SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

El horario dependerá de la temática que se aborde y el público al cual va dirigido, por ejemplo, si el objetivo son los jóvenes, este deberá ser transmitido en horario vespertino, en vista de que la mayoría de los adolescentes estudian por las mañanas y disponen de tiempo por las tardes para realizar diferentes tareas, entre ellas escuchar la radio. “Una vez fijado el horario, es fundamental que éste sea constante: siempre los mismos días y a la misma hora. En caso contrario, el público no se podrá acostumbrar a sintonizarlo.” (Kaplún, 272).

En cuanto a la frecuencia puede ser diaria, tres veces a la semana (interdiaria), dos veces por semana o cada 8 días.

- Estructura del Programa:

Se refiere a la distribución ordenada y coherente de los diferentes elementos de un programa mediante la elaboración de un guión radiofónico, el cual debe ser original e interesante para atrapar al oyente.

- Guión radiofónico:

El guión radiofónico es un documento cuya elaboración está a cargo de los productores de un programa, en donde se describe



UNIVERSIDAD DE CUENCA

detalladamente el momento en el que intervienen el o los locutores, el material sonoro que deberá colocar el encargado de controles. Este documento será manejado por los locutores, el técnico de sonido, debiendo ser claro y entendible, para que determinado programa se desarrolle de forma fluida y organizada.

Muestra de un Guión Radiofónico.

PROGRAMA: Juventud en éxtasis.
TITULO: La amistad verdadera.
CONDUCTORAS: Mariuxi y Eulalia.
NÚMERO DEL PROGRAMA: # 50.
FECHA: Sábado 16 de julio 2011
HORA DE TRANSMISIÓN: 15H00 A 16H00.

CONTROL	PONER PRESENTACION DEL PROGRAMA, LUEGO MÚSICA 3 SEGUNDOS. BAJA Y MANTIENE.	45"
Locutor 1	Saluda y da la bienvenida al público.	25"
Locutor 2	Saluda y presenta el tema que se va a tratar en el programa.	25"
CONTROL	Alza música y mantiene, baja y elimina la música	5"
Locutor 1 Y 2	Desarrollan el tema.	15min
Locutor 2	Presenta una entrevista relacionada al tema.	10"
CONTROL	Coloca entrevista pre grabada y luego coloca cortina musical.	10min
Locutor 2	Continúa con puntos de vista sobre el tema.	5min
Locutor 1	Anuncia participación del público mediante llamadas telefónicas	20"
CONTROL	Da paso a llamadas telefónicas.	5min
Locutor 2	Da conclusiones del tema	10min
CONTROL	PONE MÚSICA DE FONDO	
Locutor 1	Despide el programa	3min



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Temas:

De acuerdo a la orientación que tenga el programa radial, se selecciona un tema general, el cual debe ser atractivo, para luego desglosar los subtemas que deberán estar enlistados de acuerdo al grado de importancia.

- Locutores:

Son aquellas personas que se caracterizan por tener una voz clara y agradable al oído, para que llegue al sentimiento y al entendimiento de las personas que escuchan, para lograr este propósito se debe aplicar correctamente las técnicas de locución; además un locutor se encarga de presentar, conducir y animar programas de radio, dando de esta forma vida a la emisora, pues se lo considera como “un artista de la palabra, un técnico en la interpretación , un experto vendedor de la idea, un gran intérprete de los sentimientos y un auténtico representante y vocero de la cultura de su pueblo”. (García, 188).

- Recursos Técnicos y Materiales:

No debemos olvidar seleccionar las herramientas necesarias (flash memory, la grabadora, agenda y esferográficos, etc.), así como verificar el correcto funcionamiento de los equipos técnicos con lo que cuenta la radio, sobre todo en el estudio de edición, de grabación, y en la cabina del aire.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- **Publicidad:**

La mayoría de los programas radiales deben contar con auspiciantes, lo que permitirá solventar los gastos que genera la producción radial, esto especialmente en emisoras comerciales.

- **Producción:**

Es la organización y la puesta al aire del programa, esta puede ser pre-grabada o se la realiza en vivo y en directo.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CAPITULO 2

LOS VALORES, MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y JOVENES.

Los valores son las bases que nos ayudan a edificar una vida tranquila, nos permiten actuar de una manera positiva, apegados a ciertas normas que llevan a distinguir lo bueno de lo malo; los valores están relacionados de manera íntima con la educación impartida en la familia, en los centros educativos, y en la sociedad; gracias a estas guías o aprendizajes somos conscientes de que no podemos hacer “lo que se nos da la gana”, porque al actuar de manera incorrecta tendríamos que afrontar un castigo ya sea, por parte de la ley, una crítica social o hasta, según algunas creencias religiosas, un castigo divino . Los valores nos permiten enrumbarnos hacia el camino adecuado para ser miembros proactivos en nuestros hogares y dentro de una sociedad, contribuyendo así a fomentar la paz, la preservación del medioambiente y al desarrollo de nuestro entorno social siempre y cuando nos respetemos como personas, y respetemos a los demás.

Es necesario que los valores, al ser una cualidad que tiene de manera exclusiva el ser humano, sean impartidos desde el nacimiento de una persona, en el seno familiar, en donde más que las palabras debe primar el ejemplo de los padres hacia sus hijos, es decir, hay que predicar con el ejemplo, con el fin de que los niños y jóvenes aprendan a amar, respetar, a ser honestos, alegres, solidarios,

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

pacíficos, justos, auténticos, responsables, libres, etc. Pues debemos recordar que no se puede valorar lo que no se conoce.

2.1 ¿QUÉ SON LOS VALORES?

La palabra valor viene del latín “valere” que significa fuerza, salud, estar sano. “son las actitudes positivas, esas disposiciones permanentes de ánimo para obrar en consecuencia con las grandes convicciones de lo que es bueno, mejor y óptimo, lo que nos permite descubrir qué valores posee una persona” (Pérez, 2)

Los valores son como patrones que guían la vida de los hombres. Son expresiones idealizadas relativas a las necesidades humanas. Por tanto orientan toda la actividad en las situaciones concretas de su vida. Por consiguiente, son el fundamento por el que en un determinado momento se hace o se deja de hacer una acción. (Peiró, 5).

“Para Rokeach, los valores son estructuras representativas, instrumentos de medida que rigen prescriptivamente la conducta de los individuos al permitirles ordenar e interpretar la realidad, y que son mediatizados por el contexto social, puesto que cada sociedad se encarga de configurarlos y transmitirlos a sus miembros” (Montero, 51)

Los valores se los debe practicar de forma dinámica, para que las personas puedan emitir juicios y razonamientos ante diferentes hechos, por eso, es

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

importante cultivar los valores éticos y morales, para que no se olviden, esto permitirá que lo que fue aprendido en la etapa de la niñez se fortalezca en la adolescencia y duren por toda la vida.

2.1.1 La Axiología.

Se designa con el término de axiología a aquella rama de la filosofía que se ocupa y centra en el estudio de la naturaleza de los valores y los juicios valorativos (...) La axiología, entonces estudia tanto aquellos valores negativos como positivos, analizando sus primeros principios que son aquellos que permitirán determinar la valía o no de algo o alguien, para luego formular los fundamentos del juicio tanto en el caso de ser positivo como negativo. (www.definicionabc.com).

Ya en el siglo XIX se inició con el estudio filosófico de los valores en donde se exponen diversos puntos de vista sobre este tema, por parte de algunos teóricos de los valores, en donde se pueden distinguir tres posiciones la subjetiva, objetiva y la intermedia.

- *En la teoría del subjetivismo encontramos los siguientes autores:*

* Frederick Nietzsche (Alemania 1844 1900). Sostiene que los valores son preferencias individuales y objetivos que llegan a imponerse en las sociedades como modas. Los valores no son



UNIVERSIDAD DE CUENCA

eternos, sino perceptuales personales o de grupo, y por lo tanto, relativas a la época y lugar.

* Alexius Meinong (Alemania 1853 1920). Algo tiene valor cuando agrada a alguien: si no hay agrado, no hay valor. El valor es subjetivo, y en el plano moral consiste en sentirse a gusto o no con un acto. (www.es.catholic.net.)

Según estos conceptos las personas crean los valores guiados por sus sentimientos de gusto o disgusto para calificar a un valor de bueno o malo según su estado de ánimo o intereses, en otras palabras, los valores tienen su grado de validez, si el sujeto dice que valen.

El valor subjetivo es el resultado de un consenso entre las personas, para luego ser asumido y practicado por la sociedad.

- *El representante principal del objetivismo es el filósofo alemán Max Scheler:*
“Consideraba que los valores no eran propiedades sino objetos en sí, aunque diferenciados de los objetos reales y de los ideales. Dentro de esta concepción el valor se halla fuera del espacio y del tiempo. Es por lo tanto, indestructible”
(Diccionario, 19)

Esta teoría indica que los valores no dependen de las preferencias individuales, hace referencia a la realidad social, es decir, valen por sí solos.

- *Los defensores de la postura intermedia son:*



UNIVERSIDAD DE CUENCA

* Jacques Maritain (Francia 1882 1973) y Julián Marías (España 1914). Ambos sostienen que el conocimiento es objetivo, en el sentido de que llega a una realidad independiente de quien la conoce; pero también reconocen que hay una parte subjetiva, tanto en el proceso como en la realidad a la que accede. (www.es.catholic.net).

Diríamos entonces que, ésta postura, es la unión de las dos posiciones anteriores por considerarlas complementarias, es decir, las personas de acuerdo a una mirada objetiva de los hechos también podrán adoptar una postura tomando en cuenta su parte subjetiva (los sentimientos positivos o negativos) que le provoca determinada acción.

Para clarificar este argumento citamos un ejemplo de la vida real: El 26 de junio de 2011 en Guayaquil un abogado fue en busca de su auto para llevar a su esposa e hija al trabajo y a la escuela respectivamente, pero a poca distancia de llegar hacia ellas, vio a un hombre asaltando a su conyugue, éste le apuntaba con un arma de fuego en la cabeza; el abogado aceleró su vehículo para defender a su familia, momento en el cual chocó con uno de los sospechosos que estaba en una moto, el impacto provocó la muerte del motorizado.

Esta noticia originó varios comentarios de la gente a través de las redes sociales, en donde la mayoría se pronunciaba en favor del padre de familia y mostraban su indignación ante la ola delictiva, en tanto que unos pocos no justificaban el hecho de atropellar a una persona así sea, un delincuente.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

El lado objetivo de este ejemplo, es que una persona mató a otra, lo cual merece el castigo de la justicia, en tanto el aspecto subjetivo, se da cuando analizamos el ¿por qué? de este hecho, tomando en cuenta el aspecto personal que lo impulsó a cometer esta mala acción. Así en el ejemplo presentado, podríamos decir que el abogado guayaquileño tomó esa acción para proteger a su familia, de cierta manera, esto justificaría el hecho.

Creemos entonces que el análisis de los valores desde el punto de vista filosófico es importante para distinguir las causas de la denominada crisis de valores en la sociedad y los posibles aportes que se puedan realizar por parte de todos los que formamos una sociedad, para recuperar los valores morales sobre todo en los niños y jóvenes, que no solo constituyen el futuro, sino también el presente de la patria.

2.1.2 Tipos de Valores.

No existe una clasificación establecida de los valores, su jerarquía depende del momento y el medio en el que se presentan, pues los valores son el producto de transformaciones a lo largo del tiempo.

La clasificación detallada que ofrece Martín Ibáñez diferencia seis grupos:

- Valores Técnicos, económicos y utilitarios.
- Valores vitales: educación física, educación para la salud.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Valores estéticos: literarios, musicales, pictóricos.
- Valores intelectuales: Humanísticos, científicos, técnicos.
- Valores morales: individuales y sociales.
- Valores trascendentales: cosmovisión, filosofía, religión.

(Marín, 53).

- Los valores técnicos y económicos: se refieren a alcanzar bienes materiales y riqueza, con el fin de satisfacer su necesidad de bienestar y seguridad.

- Los valores vitales: estos buscan la salud, bienestar físico y mental, para lograr una vida armoniosa.

- Los valores estéticos: buscan la belleza y la perfección en las diferentes creaciones artísticas.

- Los valores intelectuales: pretenden conocer la verdad mediante la autorrealización para obtener sabiduría y razón de las cosas.

- Los valores morales: resaltan las virtudes humanas para alcanzar la libertad y la felicidad.

- Los valores trascendentales: se refiere a la fe y a las creencias, guiados en un ser supremo que es Dios.

En la actualidad se valoran las cosas y actitudes, por el costo, la utilidad, el bienestar, el placer y el prestigio.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

2.1.3 CARACTERÍSTICAS DE LOS VALORES.

- a) Durabilidad: los valores se reflejan en el curso de la vida. Hay valores que son más permanentes en el tiempo que otros [...]
- b) Flexibilidad: los valores cambian con las necesidades y experiencias de las personas [...]
- d) Polaridad: todo valor se presenta en sentido positivo y negativo; Todo valor conlleva un contra valor.
- e) Jerarquía: hay valores que son considerados superiores dignidad, libertad y otros como inferiores las relaciones con las necesidades básicas y vitales. Las jerarquías de los valores no son rígidas ni predeterminadas; se van construyendo progresivamente a lo largo de la vida de cada persona [...]
- g) Trascendencia: Los valores trascienden el plano concreto; dan sentido y significado a la vida humana y a la sociedad
- h) Dinamismo: Los valores se transforman con las épocas. [...]
- j) Complejidad: Los valores obedecen a causas diversas, requieren complicados juicios y decisiones. (www.melodysoft.com)

De la clasificación de los valores, tomamos para nuestro estudio a los valores morales, ya que estos constituyen la base de nuestra investigación académica.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

2.2 LOS VALORES MORALES.

Existen una gama de valores morales, pero hemos escogido los que nos parecen los más importantes para nuestro trabajo investigativo.

* *Amor*: Es el sentimiento más puro y la energía más poderosa del ser humano, esto le permite valorar a otras personas, a la vida y así mismo.

* *Libertad*: Lo que le permite decidir al individuo, si quiere hacer o no algo, bajo su responsabilidad.

* *Honestidad*: Es el respeto a la verdad del sujeto con sí mismo y con el resto de personas.

* *Tolerancia*: Tener paciencia o soportar algo que nos pueda incomodar, respetar las diferencias y los derechos de los otros.

* *Solidaridad*: Es el espíritu de unión y cooperación entre los hombres en momentos difíciles.

* *Amistad*: Es una relación afectiva entre dos personas la cual incluye respeto y afecto mutuo.

* *Responsabilidad*: Ser consciente de lo que dice, hace y deja de hacer.

* *Respeto*: Es asumir los derechos, pensamientos, sentimientos y acciones de los demás.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

* *Confianza*: Es la esperanza firme que se tiene en alguien o en algo, es fiarse en la palabra o acción del otro.

Estos actos humanos se convierten en virtudes y a su vez en hábitos que al ponerlos al servicio de los demás contribuyen de manera favorable al crecimiento de una sociedad, sin embargo debemos tener claro que los valores cambian de acuerdo a la época, a la sociedad, a la cultura; por ejemplo, los valores morales tradicionales como: el respeto que va de la mano con la tolerancia y la verdad conjugada con la honestidad, los consideramos como la semilla de la que surge en la época moderna los nuevos conceptos de inclusión social y la transparencia respectivamente.

2.2.1 Antivalores Morales.

Llamamos antivalores a todo cuanto se opone al crecimiento armonioso de la personalidad [...] A menudo la sociedad nos propone más posibilidades de desarrollar los antivalores que los valores. Se nos impone como valores los antivalores de la utilidad, de la moda, del culto al cuerpo, del poder, del dinero (Romero, 17).

Así como existen los valores morales también hay anti valores, que lamentablemente están guiando la conducta de las personas con actitudes negativas, convirtiéndoles en seres insensibles al entorno social.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Describimos los anti valores, de los valores morales antes citados:

- *Odio*: Es un sentimiento de repulsión hacia otra persona, cosa o acción que conlleva a la ira y la violencia.
- *Esclavitud*: Es una forma de sometimiento del hombre hacia el hombre.
- *Deshonestidad*: Actúa con mentiras y engaños para obtener lo que desea.
- *Intolerancia*: Cree tener siempre la razón y desea que todos piensen como él.
- *Egoísmo*: Busca el bienestar únicamente para él, sin importarle el resto.
- *Enemistad*: Es cuando existe rencor y deseos de venganza.
- *Irresponsabilidad*: Pierde el sentido del compromiso asumido, incumpliendo sus obligaciones o tareas.
- *Irrespeto*: Aquel que no acata los sentimientos, pensamientos ni derechos de los demás.
- *Desconfianza*: Es la falta de credibilidad en la palabra dada y en las acciones de determinadas personas.

Estos antivalores al ser practicados por los individuos provocan grados de deshumanización y degradación, minando así las relaciones humanas, como consecuencia los individuos que caen en la inmoralidad, reciben el rechazo y el castigo por parte de aquellos que practican los valores morales.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

El proceso de desvalorización ha estado presente dentro de la historia del mundo, sin embargo, en la actualidad pareciera sentirse con mayor fuerza, porque es evidente que los valores morales de una sociedad, están siendo desplazados y lo que es peor, en varios casos son sustituidos por subvalores o valores meramente materiales.

Lo ideal sería practicar lo que dice “Platón: los valores son la belleza, el bien o la justicia. Las cosas materiales no tienen valor.” (www.monografias.com).

PARA REFLEXIONAR





UNIVERSIDAD DE CUENCA



Fuente: quinoylironia.blogspot.com
Elaboración: Joaquín Salvador Lavado (Quino).

Las causas de la sustitución de los valores morales, pueden ser entre otras: la influencia negativa de los medios de comunicación, la desintegración familiar, la globalización, el sistema capitalista, etc.

“Los diarios, la revista, las noticias, las películas y los programas de televisión reflejan todos los días la decadencia de los valores [...] Estas noticias se suceden de una forma tan constante e ininterrumpida, que la gente se ha endurecido. A nadie le escandalizan ya estos escándalos” (Izquierdo, 55).

Valores morales que, en el transcurso de la evolución social han ido perdiendo poco a poco su importancia en el desarrollo de cada individuo.

ALUMNAS:
SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

El radicalismo postmoderno estipula que el individuo, para ejercer su derecho a elegir, debe liberarse de todo marco normativo, ya sea semántico, (definiciones claras), ontológico (el ser, lo dado), político (soberanía del estado), cultural (tradiciones) o religioso (dogma, la doctrina de la Iglesia). (www.dialoguedynamics.com).

De esta manera decimos que van desapareciendo los valores morales, alterando notablemente el equilibrio de la sociedad, situación que alerta e impulsa a las familias, a las instituciones educativas, entidades religiosas, y por qué no decir a algunos medios de comunicación social hacia un análisis, con el fin de encontrar la forma de reincorporar los valores morales dentro de la vida de los niños y jóvenes mediante una guía, que permita el vivir cotidiano de las personas de una manera más humana, más auténtica y más solidaria, para lo cual es necesario cambiar el sistema imperante en nuestra sociedad.

2.2.2 Los Valores Morales y la Ética.

Valores morales y ética, son palabras que tienen un significado similar y dependen entre sí, pues su propósito es que los individuos sigan determinadas normas de conducta enmarcados dentro de una sociedad, no obstante, existen diferencias entre la ética y la moral.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

La moral se refiere a la conducta establecida por las costumbres o por las normas que tiene cada individuo, “*la moral no es absoluta; la moral es relativa*. Relativa en cuanto al tiempo, en cuanto al pueblo en el que viven los individuos y en cuanto a sus propias costumbres” (Coronel, 41).

En tanto que la ética se basa en la filosofía que estudia y dicta las reglas morales que deben cumplirse en la sociedad, la ética es objetiva y universal.

Los Valores Morales:

Los valores morales dan sentido trascendente, autenticidad y coherencia al quehacer del hombre, en lo personal y en su convivencia con los demás. El ser proyecto de sí mismo es lo que le hace al hombre ser ético. Es el llamado a construir el propio ser en libertad. Evidentemente esta constituye un problema que muchos rehúyen pero al mismo tiempo es aquello que hace que nuestra vida sea digna de ser vivida y no caiga en la rigidez, la banalidad o la frustración. (Pérez 27)

“El valor moral es esencialmente una creencia o convicciones profundas que guían la existencia humana. Es un modelo ideal de realización personal que intentamos, a lo largo de nuestra vida, plasmar nuestra conducta” (Ortega, 20). Entendemos por valores morales las normas de conducta que cada persona tiene y que están relacionadas con la educación impartida en el seno familiar que luego serán

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

reforzadas en las aulas escolares, lo que permitirá a un individuo diferenciar lo bueno de lo malo, es decir se entregan pautas para que las personas puedan desarrollarse correctamente durante su existencia.

Aquí vale aclarar que, ser **moral** es aquel individuo que conoce y practica los valores morales; en tanto que ser **inmoral** es aquella persona que está consciente de las acciones que son buenas para vivir en paz dentro de una sociedad y a pesar de ello, no las practica, y ser **amoral** es cuando se cometen actos no aceptados en sociedad, pero de una manera inconsciente, por ejemplo, los bebés.

2.3 TRES TENDENCIAS DE LA ÉTICA.

“La ética, pues, estudia la moral y determina cómo deben actuar los miembros de una sociedad. Por lo tanto, se la define como la ciencia del comportamiento moral.”

(www.definicion.de.)

2.3.1 La Ética Católica.

La ética católica es el conjunto de normas que enseñan al hombre cómo debe comportarse para vivir según las leyes de Dios, y así alcanzar después de esta vida la felicidad eterna del Paraíso. Para ello se deberá cumplir con los

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

mandamientos y evitar el pecado, sobre todo el pecado mortal, estos son principios universales para la armonía y convivencia entre los seres humanos.

“En **San Agustín**, razón y fe están en íntima relación ya que Dios es la única verdad. Por un lado, la fe necesita de la razón, esta ayuda a ver los motivos racionales. Por otro, la razón presupone la fe, pues la razón por sí sola no basta para alcanzar la verdad, porque es limitada e imperfecta. (www.rincondelvago.com)

Podemos decir entonces, que los valores que ha aportado el cristianismo al mundo occidental son incalculables y tienen bases filosóficas que han moldeado nuestras sociedades, tratar de ignorarlos sería un error peligroso para la humanidad.

La Iglesia Católica se mueve lentamente, de una postura de absolutismo¹ moral, hacia una, de libertad responsable de conciencia, que se basa actualmente en la

Doctrina Social de la Iglesia Católica que es un conjunto de normas y principios referentes a la realidad social, política y económica de la humanidad basada en el evangelio y en el magisterio de la iglesia Católica, que se va articulando a medida

¹ Los cristianos absolutistas creen que Dios es la fuente última de nuestra moralidad común, y que por lo tanto, es tan inamovible como lo es Él. El relativismo moral asegura que la moralidad no está basada en ninguna norma absoluta. Más bien en “verdades” éticas que dependen de la situación, cultura, sentimientos propios, etc., El relativismo moral está ganando popularidad en nuestros días.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

que la Iglesia, lee los hechos según se desenvuelven en el curso de la historia.

La Iglesia Católica deja claro que su Doctrina Social no es una alternativa, entre el capitalismo y el socialismo. No es una propuesta para solucionar los problemas, sino más bien una doctrina moral, que surge del concepto cristiano del hombre y de su vocación al amor y a la vida eterna. En este sentido la Iglesia Católica apuesta por una posición holística, es decir acepta y respeta otras posturas.

2.3.2. Ética Laica.

El laicismo surgió de la separación de la Iglesia con el Estado por ello ser laico significa que no está relacionada con la religión, lo que no quiere decir que sea antirreligioso, más bien respeta las creencias o prácticas religiosas.

De allí que la ética laica exige una conciencia reflexiva y una actitud moral que haga posible una convivencia libre y pacífica.

La ética laica o ética secular, es una rama de la filosofía moral en la que la ética se basa únicamente en facultades humanas como la lógica, la razón o la intuición moral. Y no deriva de una supuesta revelación o guía sobrenatural (que es la fuente de la ética religiosa), La ética laica puede ser vista como una amplia variedad de sistemas morales y éticos basados en gran medida en el humanismo el laicismo y librepensamiento. (www.es.wikipedia.org.)

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Ética laica estudia las normas y conductas morales de las acciones humanas en todos sus niveles que se basan en su propia racionalidad sin depender de un ser supremo que les guíe hacia la felicidad, es decir, se guía en la libertad y responsabilidad de sus actos. Esta ética laica se basa en consensos para obtener resultados que determinarán la actuación de un grupo social.

A decir de Emmanuel Kant, exponente de la ética laica manifiesta, “esta ética no necesita la idea de un ser superior al ser humano, ni de otro móvil diverso de la ley misma; no necesita para que el hombre conozca su deber, ni para que lo cumpla” (www.eluniverso.com.)

Entre los filósofos modernos, como el estadounidense John Dewey manifiesta “el bien es aquello que ha sido elegido después de reflexionar tanto sobre el medio como sobre las probables consecuencias de llevar a cabo ese acto considerado bueno o un bien”.

2.3.3 La Nueva ética:

Los individuos de la sociedad moderna, priorizan la producción y el progreso materialista, dejando de lado el aspecto ético-humanístico y espiritual lo que significa una grave amenaza para el bien común de la sociedad, en este sentido el Dr. Weil Pierre, Fundador de la Universidad holística de Brasil, plantea que:

Según Tomás de Aquino, hay, dos tipos de personas: los que son sujetos activos, autores, que regulan y miden, y los sujetos pasivos, que son regulados y medidos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Pero siendo regulada y medida la razón humana por la ley eterna divina, tal como todas las cosas, la criatura racional participa de la divina providencia y de la razón eterna (...) El discernimiento del “bien y del mal” es pues un reflejo en la mente individual de la luz divina en nosotros. (Weil, 43).

“La ética espontánea fundamentada en la sabiduría y en el amor complementados por la razón .Libertad para escoger y responsabilidad.” “Una vez despertados la sabiduría y el verdadero amor altruista dentro del ser humano, las reglas morales son indispensables (...) La ética y sus valores son endógenos, esto es, vienen de dentro ” (Weil, 29, 32).

El autor de la nueva ética sostiene que, ésta debería ser aplicada en todos los aspectos de la vida del ser humano, en la casa, en la escuela, en el trabajo, en el campo de la salud, en la estética, en la economía, en la política, en la justicia y en la comunicación, cada persona deben ser ejemplo de armonía en donde se unen los valores éticos y espirituales, lo que frenará la desigualdad económica, la política sin principios, una sociedad deshumanizada y destructiva.

“El retomar la dimensión espiritual de la vida tal vez sea una de las transformaciones culturales más significativas del siglo XXI. Se trata de la conciencia de que el ser humano no es solamente parte del universo material sino también espíritu que se integra al Todo” (Boff, 9)

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

2.4 LOS VALORES MORALES EN LA SOCIEDAD, LA FAMILIA Y EN LA EDUCACIÓN.

La sociedad está integrada por hombres, mujeres, adultos y niños, que viven en un determinado territorio, se rigen por normas y leyes establecidas por el Estado. Cada sociedad se caracteriza por su cultura, costumbres, religión, idioma, tradiciones, folklore, etc.

En la sociedad los valores juegan un papel importante, porque hacen posible el desarrollo armonioso de las capacidades del ser humano, además regulan su conducta, configuran y modelan sus ideas, sus sentimientos y sus actos.

La UNESCO, en 1982, declaró: que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres especialmente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo. (www.slideshare.net).

La sociedad espera y exige un adecuado comportamiento de cada uno de sus miembros; por ejemplo, el ser tolerantes, evitar la corrupción, fomentar la inclusión social, ante todo ser transparentes en todas las actividades, etc., de allí que es importante que los individuos tomen en cuenta y practiquen los valores establecidos dentro de la sociedad en la que se desenvuelven para convivir armoniosa y pacíficamente.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Sin embargo, varias sociedades incluida la nuestra, están siendo afectadas por la denominada aculturación², es decir, culturas foráneas y poderosas que están “absorbiendo” a las culturas pequeñas imponiéndoles estilos de vida muy ajenas a las suyas, en donde los valores morales son constantemente modificados, esta aculturación surge a raíz de algunos hechos, como la migración y la globalización.

Compartimos, por lo tanto, con nuestro pueblo las angustias que surgen de la inversión de valores, que está a la raíz de muchos males mencionados hasta ahora:

56.- El consumismo, con su ambición descontrolada de “tener más”, va ahogando al hombre moderno en un inmanentismo que lo cierra a las virtudes evangélicas del desprendimiento y de la austeridad, paralizándolo para la comunicación solidaria y la participación fraterna:

57.- El deterioro de los valores familiares básicos desintegra la comunicación familiar eliminando la participación corresponsable de

²Proceso sociocultural, que va a influir de manera determinante en la personalidad de la persona que adquiere las características propias de otra cultura diferente a la suya, como son hábitos, costumbres, valores, tradiciones, etc.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

todos sus miembros y convirtiéndolos en fácil presa del divorcio y del abandono familiar. En algunos grupos culturales, la mujer se encuentra en inferioridad de condiciones.

58.- El deterioro de la honradez pública y privada; las frustraciones, el hedonismo³ que impulsa a los vicios como el juego, la droga, el alcohol, el desenfreno sexual. (www.vicariadepastoral.org.)

2.4.1 La Familia y los Valores Morales.

En la familia, los padres se constituyen en los miembros principales de este segmento social, éstos son los llamados a transmitir y educar con el corazón a sus vástagos, los principios y nociones de orden moral sobre los cuales se van construyendo los pilares de una sociedad fundada en la convivencia y el respeto, lo que fortalecer la dignidad de las personas. "En la familia se inculcan desde los primeros años de vida los valores morales, se transmiten el patrimonio espiritual de la comunidad religiosa y el patrimonio cultural de la Nación. En ella se aprende las responsabilidades sociales y la solidaridad" (www.vatican.va).

³El hedonismo es la doctrina filosófica basada en la búsqueda del placer y la supresión del dolor como objetivo o razón de ser de la vida. Es la doctrina que considera el placer como el fin de vida, por lo que se deduce que los seres humanos deberíamos dedicarnos exclusivamente a vivir en su eterna búsqueda.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Es evidente que los hijos aprenden lo que viven en sus hogares, es decir, si los niños o jóvenes viven en un ambiente en donde sus padres demuestran solidaridad y comprensión, aprenden a ser generosos y aprenden a amar.

Pero este aprendizaje dependerá en gran medida que las familias sea funcionales, es decir, que padre y madre practiquen y fomenten los valores morales, sin embargo, por el fenómeno migratorio los padres dejan a sus hijos al cuidado de terceros.

Los denominados “hijos huérfanos de padres vivos”, pasan a formar las familias disfuncionales, es decir, las conformadas por los abuelos y sus nietos, tíos y sobrinos, que viven bajo un mismo techo en donde no existe una autoridad responsable en la formación de valores hacia los niños y jóvenes que están a su cargo.

No obstante, debemos reconocer que también existe falencia de valores morales dentro de las familias funcionales, pues los padres de familia creen que la responsabilidad de ellos es, solo velar por entregarles educación, alimentación, salud, vestimenta a sus hijos, que obviamente son necesarios para su desarrollo, pero se olvidan de algo prioritario, entregarles una formación de valores morales, de allí que si los niños y jóvenes viven una realidad con reproches, celos y nada amor; aprenden a ser agresivos, envidiosos y a sentir odio.

La niñez y adolescencia que no tienen una guía positiva en sus hogares, se transforman en presas fáciles de los denominados anti valores que son

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

presentados frecuentemente en los medios de comunicación social, creando jóvenes involucrados en actos de violencia, delincuencia y hasta en crímenes, “la causa de que esto esté sucediendo en nuestras familias es por el deterioro de los valores familiares básicos por causas como: infidelidad, mentalidad anticoncepcionista, el uso del alcohol, la presencia de la televisión o los juegos de video y la poca o nula práctica de la fe.” (www.es.catholic.net).

Se plantea aquí un desafío para las familias, que es complejo pero real, este desafío consiste en rescatar el espacio grupal y la reflexión social que permitan comprender la vida actual, enfrentar sus contradicciones y de esta manera lograr coherencia social y educativa, a pesar de todos los conflictos y transformaciones que en estos últimos tiempos les ha tocado afrontar a las familias.

Algunas familias han encontrado en la práctica religiosa un buen soporte para elevar su calidad de vida, formando una concienciación para la ejecución de estos principios mediante la guía de Dios y en servicio a sus semejantes.

“La familia es un lugar en donde por definición reina el amor, el respeto, la unidad; donde cada uno es aceptado y amado por lo que es y no por lo que tiene. Ante la primacía del individualismo y consumismo, en la familia se aprende a compartir y a vivir austeramente.” (Suarez, 43).

La familia debe elegir el tipo de educación que desea entregar a sus hijos, ya que esto fijará los cimientos de un proyecto de vida, pues el niño antes de ir a la

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

escuela ya conoce y practica los valores que sus progenitores le enseñaron, de allí que en el sistema educativo se deberían reforzar e incrementar nuevos valores de acuerdo a su edad y crecimiento intelectual.

2.4.2 Educación en Valores, desde las Instituciones Educativas.

El sistema capitalista ha llevado a los maestros únicamente a instruir, capacitar y profesionalizar a sus alumnos para que en el futuro sean parte de esta sociedad de trabajo y producción, en donde se prioriza el dinero, factor determinante que le permite a las personas mejorar su situación económica y mantener un status social.

La misión de la educación no solamente debe formar a los niños y jóvenes basados en las ciencias sino también educar en los valores morales con alegría y hacer de su trabajo un lugar armonioso para “moldear” personas de bien, que contribuyan a una sociedad de cambios positivos.

La educación debe proporcionar a los niños y jóvenes diversos modos de crecimiento y de desarrollo integral, tanto en los aspectos sociales, afectivos, psicomotores y cognoscitivos. En este proceso de enseñanza–aprendizaje se involucran los maestros, alumnos y padres de familia.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- **Los Maestros:** no solo deben instruir conocimientos de matemáticas, ciencias sociales, etc., sino también tienen que enseñar sus saberes, sus experiencias, y los valores, si no se enseñan estos, el trabajo de un maestro será inútil, su tarea fundamental es preparar a sus alumnos entregándoles las herramientas y conocimientos que les permita acoplarse a la sociedad moderna.

Además el docente debe permitir a los alumnos “experimenten sus sentimientos, que descubra la confianza en sí mismo, que aprenda a formular juicios valorativos, que sepa admirar, agradecer, perdonar, comprenderá que la escuela lo prepara no tanto para *tener más* sino para *ser más*.” (Pérez, 92).

Los maestros deben convertirse en amigos de sus alumnos, para conocer de manera más cercana los diversos problemas que afrontan en sus casas, con sus amigos, enamorados, en el colegio etc., para guiarlos hacia una solución adecuada.

- **Los alumnos:** deben asimilar los conocimientos impartidos por sus profesores, pero de una manera crítica y reflexiva, en pro de su desarrollo tanto físico, intelectual y moral, para que en el futuro, sean capaces de llevar las “riendas” de la sociedad en donde exista armonía entre los individuos que la conforman.

El éxito entonces está, en practicar y fomentar todo lo aprendido, esto les permitirá tener conductas y actitudes adecuadas ante diferentes situaciones que se presentarán a lo largo de su vida.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- **Los Padres de Familia:** en su afán de entregar a sus hijos la mejor herencia (educación) los incluyen dentro del sistema educativo, sin embargo, debemos resaltar que son los padres los primeros en brindar a los menores educación en valores, a través del ejemplo, del diálogo y la comunicación, pues hay que tomar en cuenta que los valores guiarán sus vidas y regularán el proceder de sus hijos.

“El valor moral debe constituirse en un eje transversal del proceso educativo a través de estrategias que sean viables, de forma tal que el valor no se constituya en una imposición, sino en un descubrimiento y en una construcción que interactúe de manera dinámica con la realidad transformándola.”(www.eticabioetica.obolog.com).

2.5 LA CRISIS DE LOS VALORES MORALES DESDE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

2.5.1 MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y GLOBALIZACIÓN.

La palabra globalización surge en el siglo XX, pero conozcamos ¿de qué se trata?, el término globalización se refiere a la libertad que tienen los mercados de los países para exportar e importar productos, es decir pretende la integración de las economías locales a un mercado mundial basado en los avances de la comunicación.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

La globalización permite la unificación de capitales, así como también, de las sociedades y culturas, tal pareciera que éste término contiene algo así como un poder oculto, que le permite tener en sus manos al mundo entero, esto provoca sin duda grandes y hasta en ocasiones graves transformaciones sociales, políticas y económicas, pues su influencia está en mayor o menor grado dentro de todas las actividades que realiza el ser humano, convirtiéndose de esta forma en un verdadero problema que trastoca ciertos valores de los seres humanos y fomentan otros.

Estos cambios sociales están íntimamente ligados con las TICs nuevas tecnologías de la información y comunicación (televisión, radio, internet, celulares, etc.) que tienen impactos negativos, no solo de productos y bienes, sino también en las relaciones humanas, provocando una disminución del tiempo para compartir con los seres queridos, es decir, actualmente no se comparte, ni calidad, peor, cantidad de tiempo.

Con el transcurso de los años todo cambia y nuestra sociedad se ha transformado de manera sustancial en las últimas décadas, tanto en su manera de pensar como de vivir, porque va adoptando costumbres, hábitos e ideologías, distintas a nuestra cultura. Todo gracias a la globalización y a los avances tecnológicos de los medios de comunicación social, que transmiten información y mensajes de manera inmediata y simultánea a un sin número de personas en el mundo entero.

“Sin duda el principal problema que plantea la globalización se relaciona directamente con los monopolios y los oligopolios informáticos. Por un lado la

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

concentración mediática provoca una merma en las programaciones locales, en detrimentos de la difusión de la cultura y las tradiciones de cada comunidad” (www.medios.us).

En tal sentido los mass medias, sobre todo la televisión, contienen mensajes en su mayoría nocivos para la sociedad, de manera especial para los niños y jóvenes, al presentar programas que no están orientados a preservar y fomentar los valores morales, que han sido tristemente sustituidos por contenidos banales, que lo único que logran es crear antivalores como la hostilidad, el conflicto, aspectos sexuales mal enfocados, el consumismo, etc., generando alienación en los receptores, convirtiendo así a los miembros de la sociedad en personas frívolas, egoístas, en definitiva sin valores, el resultado, una sociedad homogénea con una perspectiva pasiva y poco crítica.

Los siquiатras de niños y adolescentes que han estudiado los efectos de la violencia en la televisión han encontrado que éstos pueden: imitar la violencia que observan en la televisión, identificarse con ciertos tipos, caracteres, víctimas y/o victimarios Tornarse “inmunes” al horror de la violencia; y gradualmente aceptar la violencia como manera de resolver problemas. (www.binasss.sa.cr).

Sin embargo existen algunos autores que no están de acuerdo totalmente con esta postura:

ALUMNAS:
SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Miguel Roca i Junyent la televisión no es tan poderosa como la pintan algunos, pues no tiene capacidad para imponer mecánicamente actitudes y comportamientos en la vida humana, por lo que concluye que ciertamente el mayor peligro de la televisión es que roba mucho tiempo que podría ser destinado a actividades humanas mucho más gratificantes. Es decir, no hay que temer tanto al hecho de que por ver imágenes violentas las personas reaccionen mecánicamente de la misma manera (...) Por lo tanto, la investigación rigurosa de los efectos de las imágenes violentas en la televisión deben dar cuenta de quién es el telespectador, cuál es su contexto socioeconómico, su condición psicosocial y cultural, etc.

2.5.2 PRESENCIA E IMPACTO DE LOS MCS EN LA FAMILIA.

Los medios de comunicación pueden convertirse en valiosos educadores y formadores de la sociedad o pueden transformarse en verdaderos deformadores de la familia, al presentar publicidad en donde se muestra a modelos delgadas y bellas, u hombres de éxito fumando un cigarrillo y como esto existen muchos más ejemplos, que llegan a constituirse en estereotipos que será pronto imitados por la mayoría de los jóvenes.

Y es que, por lo general, los medios de comunicación social dependen de la publicidad para subsistir económicamente, a su vez, los anunciantes colocan sus



UNIVERSIDAD DE CUENCA

avisos publicitarios en programas que cuentan con mayor audiencia (rating) en cuyos contenidos se destacan mensajes cargados de violencia, lo que provoca una falta de sensibilidad en el receptor, toda vez que no se hace énfasis en las secuelas del dolor y desamparo que deja dicha violencia en las personas que lo viven, de allí que, la violencia, la delincuencia, el bullying (maltrato psicológico, físico o verbal entre escolares) y otros, están siendo asumidas por las personas como algo normal.

De igual forma se presenta información o mensajes inmorales y de promiscuidad sexual, que son asumidas por los usuarios de los MCS como cotidiano trayendo consigo problemas sociales de divorcios, embarazos precoces, enfermedades de transmisión sexual, y más.

Según Josh McDowell en EEUU cada año 500000 mil niños tratan de suicidarse, más de 1000000 millón huirán del hogar, 275000 mil niñas adolescentes darán a luz a hijos producto de embarazos no deseados, 418000 jóvenes menores de 19 años se someterá a abortos, 12000000 millones consumirán drogas, 330000 jóvenes tendrán serios problemas de bebidas, 500000 millones de niñas – os serán víctimas de hogares destrozados, 4000000 millones de niños sufrirán golpes, abusos sexuales y otros maltratos por parte de sus padres. (Merino, 8).

Los medios de comunicación han cambiado los hábitos de las personas, años atrás la gente tenía más contacto entre su familia y la comunidad, además los

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

niños y jóvenes realizaban juegos tradicionales, pero hoy en día todo esto se ha dejado de lado por priorizar el uso de los mass medias.

Los MCS en la actualidad son acogidos como huéspedes cotidianos en cada uno de los hogares, convirtiéndose en un miembro más de la familia; este nuevo miembro puede brindar oportunidades excepcionales, o todo lo contrario. Por ello las familias deben estar preparadas para aprovechar lo bueno y estar alertas y en guardia para frenar lo malo de éstos medios comunicacionales, en vista de que varios hogares en el mundo entero, incluso aquellos que cuentan con pocos recursos económicos, disponen de los servicios que ofrecen los distintos medios de comunicación.

Los Medios de comunicación permiten acceder a una amplia gama de información, educación, cultura y otras oportunidades que anteriormente no se tenían en el pasado; esto significa que su influencia puede ser poderosa dentro de los procesos de formación y desarrollo de los valores morales para las personas.

Estos riesgos y estas riquezas que tienen los medios de comunicación social exigen a las familias una profunda reflexión sobre el uso de estos medios, pues recordemos que los padres son los principales educadores de sus hijos, de allí que entre sus obligaciones está el explicarles, cómo utilizar los medios masivos, en otras palabras, seleccionar los programas que sean aptos para la edad de sus hijos, establecer el horario y el tiempo del uso de los MCS.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Es indispensable que al momento de mirar televisión, escuchar radio, estar en el internet, etc., los padres estén presentes para que expliquen el ¿por qué? de algunas cosas o acciones, permitiéndoles diferenciar la ficción de la realidad, con el fin de que los niños y jóvenes adopten una postura crítica de lo que consumen a través de los medios de comunicación, con esta supervisión, la familia puede disfrutar de los beneficios de los medios, como una fuente de apoyo para educar en valores morales, vivir en una comunidad solidaria y de paz, impidiendo así que los MCS dominen sus vidas.

En ocasiones los MCS pasan a suplantar los roles familiares, porque los menores están siendo educados en soledad, sin la presencia paterna ni materna, sino únicamente con la T.V., radio, internet, etc., en vista de que sus padres se encuentran absorbidos por el trabajo, padre y madre, laboran las 24 horas del día para proveer a sus hijos únicamente de cosas materiales, olvidando por completo la relación de amor y la formación en valores que deben brindar a sus hijos “Los niños pueden vivir sin pan, pero no sin Amor”.

Se dice que el auténtico valor de una persona está mucho más cerca de su corazón que de su cartera, pero lo cierto es que el concepto de triunfo y éxito en la vida está mucho más asociado al poder económico y material que a la riqueza del espíritu.

En definitiva, existe en la mayoría de hogares falta de autoridad y control, provocando que los jóvenes y niños no tengan disciplina y peor aún respeto hacia los adultos; antes cuando existía disciplina y autoridad se los podía corregir

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

porque los adultos “sabían más”, pero hoy, los menores de edad saben más que los propios adultos lo que les lleva a imponer su voluntad, de allí que los padres de familia y maestros hoy en día se muestran preocupados, desconcertados y hasta sorprendidos por que los niños y adolescentes no les respetan, impidiéndoles además controlar los valores que estos aprenden.

Así las cosas los menores se convierten en consumidores pasivos y poco críticos de los mensajes emitidos por los medios, convirtiéndoles en seres poco sociables, agresivos y rebeldes. “Actualmente nos enfrentamos a una sociedad en la que los valores tradicionales y espirituales no han desaparecido, sino que han sido desplazados por la invasión del consumismo y del individualismos.” (Heredia, 149).

Por todo ello, es evidente que nuestra sociedad atraviesa por una verdadera crisis de valores morales, esta decadencia que se observa en los jóvenes es impactante, por el cambio de conductas que, de alguna manera chocan con nuestras formas de convivir establecidas, añorando de esta forma el pasado en donde existía mayor respeto entre las personas, en donde los índices de violencia, alcoholismo y drogadicción no eran tan elevados como en la actualidad.

Ahora nos encontramos en una sociedad cuyos valores como la responsabilidad, la libertad, la amistad, la solidaridad y la confianza, etc., han sido desplazados; esto constituye en nuestra cultura la denominada “crisis de valores” si “Entendemos como cultura un sistema de valores y conocimientos compartidos ampliamente en el seno de una sociedad transmitida de generación en generación” (Heredia, 148).

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

2.5.3 LA ADOLESCENCIA, MCS Y LOS VALORES MORALES.

La adolescencia es un período en el cual los hombres o mujeres comienzan a experimentarse e incorporar cambios interiores como la búsqueda de la identidad; también cambios exteriores y corporales como el desarrollo sexual; además la conducta y autonomía de los adolescentes están condicionadas por la escala de valores heredadas en el seno familiar, de igual manera las características de los y las adolescentes se expresarán según las demandas y expectativas que la sociedad les fije.

La adolescencia constituye una etapa muy importante en el desarrollo del ser humano porque está llena de sueños, pocas certezas y muchas confusiones, por ello, este grupo se constituyen en uno de los más vulnerables para ser influenciados por los medios de comunicación social, porque los adolescentes ya pueden distinguir la realidad de la fantasía, pero aún no cuentan con un criterio sólido frente a los mensajes, lo que les lleva a tratar de imitar modelos que les llama la atención, de allí que son fácilmente influenciables.

Según el Sociólogo George Gerbner autor de la Teoría del Cultivo o Análisis de Cultivo, manifiesta que: “la exposición a la intensa repetición de definiciones erróneas sobre la realidad en los medios masivos conllevan a la percepción de la realidad como normal. El resultado es la legitimación de una realidad mal enfocada, que afecta el comportamiento” (www.analisisdelcultivo.blogspot.com).



UNIVERSIDAD DE CUENCA

La elección en relación con los juicios de valor, presentan no sólo un simple confrontación de alternativas, de ventajas y desventajas frente a la elección de diferentes valores y antivalores, sino más bien tiene el significado de estarse eligiendo así mismo tomando decisiones acerca de lo que es; de quién es, y que puede llegar a ser. Aquí juegan un papel primordial los modelos e ideales que se van presentando en la dinámica de su existencia, los conflictos generacionales y la influencia de los medios de comunicación. (Calero, 32-33).

Por su relación constante con las nuevas tecnologías los adolescentes adquieren conocimientos, normas y valores de otras culturas, y los adaptan a su entorno, desvalorizando y renegando de esta forma, los saberes positivos que les brinda su propia cultura. Esta etapa se caracteriza por la búsqueda del yo interno, por saber qué persona es en la actualidad y qué individuo será en el mañana, esto provoca una crisis de identidad, que sin orientación alguna los lleva a identificarse con el grupo con el cual se relacionan comúnmente, es decir sus amistades, quienes pueden ayudar a fomentar los valores o pueden incrementar antivalores. Este entorno vital incluye el entorno físicamente cercano, pero también los entornos informativamente accesibles que presentan las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

Esto moldea las costumbres, deseos, pensamientos, de los jóvenes y hasta el modo de ver la vida, contribuyendo así a una cultura anti-vida, superficial, los

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

jóvenes cambian los valores por la búsqueda de una seuda “felicidad” que les lleve a obtener placer y éxito, mediante la compra de productos innecesarios, o imitando ciertos modelos, es decir, las personas se están preocupando más por tratar de conseguir cierto bien estar y estilo de vida que ofrecen los medios de comunicación social, dejando a un lado lo verdaderamente importante, como lo es, el fomentar las relaciones familiares, los valores morales, así como respetar la dignidad de las personas.

El hedonismo. Esta corriente de pensamiento absolutiza y promueve el placer por el placer de todo tipo al margen de otros valores morales y espirituales. Para ello, banaliza y relativiza, por ejemplo, la sexualidad, el amor, la libertad y la responsabilidad. El cuerpo humano no pasa de ser un simple “objeto” de consumo desechable. Esta posición, muchas veces, es secundada por algunos medios de comunicación cuyo único no es otro que el dinero. (Mons. Cabrera).

Decimos entonces que en nuestros jóvenes existe una “**crisis de valores**”, pues estos presentan un comportamiento rebelde, irresponsable, son en su mayoría, egocéntricos, facilistas, etc. estos antivalores son practicados de forma equivocada como valores enmarcados en la libertad, debido a que hoy en día están expuestos a las Tics, sin ninguna clase de control por parte de los padres quienes no ponen límites, ni en tiempo, ni en la programación, de allí que , los adolescentes captan los mensajes de acuerdo a sus intereses y conocimientos.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Benedicto XVI en su visita a España, el Papa llamó a los jóvenes a no desanimarse y a enfrentar “el relativismo moral” [...] cultivado con una intensidad cada vez mayor. Un momento en que la humanidad se siente tan fuerte gracias a sus logros científicos y tecnológicos, que cree no tener límites y poder decidir libremente sobre qué está mal y qué está bien. (La Nación, 14).

Lamentablemente los adolescentes aprenden más los antivalores que los valores morales, pues existen jóvenes que para no ser excluidos de un grupo de “amigos” hacen lo que éstos le piden y exigen, con el propósito de continuar siendo parte de tal o cual grupo.

Antes se decía que los seres humanos éramos el 75% herencia de los padres y decíamos que un 25% era del ambiente, hoy en día ya nadie habla de este porcentaje, pues hoy es tan fuerte la herencia como el ambiente. Hay muchos estudios norteamericanos en donde dicen que el 75% de lo que yo soy depende del ambiente, y apenas el 25% soy lo que he heredado. El 75% de lo que un joven sabe no aprendió en la casa ni en la escuela, aprendió en el ambiente, llámese este barrio, grupo de amigos, pandilla y en esos ambientes no hay valores y si los hay están deteriorados. Los adultos no nos hemos comprometido a ayudar a los chicos, a guiarlos en los valores (Pulla, entrevista).



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Este argumento lo reforzaríamos con los resultados obtenidos en la investigación sobre la situación de los Centros de Adolescentes Infractores realizando en junio de 2011, por el CONSEP, a través del Observatorio Nacional de Drogas con el apoyo del Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y Cultos del Ecuador en donde se manifiesta:

Los adolescentes infractores, no aparecen en las calles nacidos por generación espontánea. Por el contrario, son el producto de privaciones, limitaciones y carencias (...) Son, pues, hijos e hijas de la violencia social, de la pobreza y el desequilibrio socio-económico estructural de nuestra sociedad (...) son su efecto y, al mismo tiempo, los encargados de repetirla en la sociedad, casi de manera compulsiva e inevitable. (CONSEP)

Pero debemos rescatar y resaltar que la juventud posee también cualidades, habilidades y conocimientos que antes no se observaba a su edad, por ejemplo: son más auténticos, sinceros, aman la libertad y le irrita la hipocresía de ciertos aspectos de la sociedad; estos jóvenes, por lo general, provienen de un grupo familiar consolidado en el amor, con fuertes bases morales, culturales y religiosas que encaminan a la toma de decisiones acertadas, logrando satisfacción consigo mismo y con lo demás, lo que redundará en una sociedad justa y armoniosa.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

2.6 COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LOS VALORES MORALES.

La T.V, radio, periódico, el cine e internet, pueden aportar dentro de una sociedad para alimentar el sentido crítico de las personas y mantenerlas informadas de todos los sucesos que ocurren en su entorno, pueden ayudar a entender los distintos problemas económicos, políticos y ambientales del mundo; para ello deberán demostrar ser creíbles y confiables para que contribuyan a la cultura y al desarrollo de una sociedad. En resumen contribuyen a la formación de los individuos y a la inclusión de grupos vulnerados de la sociedad.

De este modo la función social de los medios de comunicación es la de educar, informar y entretener, ésta es su función social, aquí los receptores son los que tienen la capacidad de seleccionar o elegir lo que mejor les convenga, de entre todos los contenidos que presentan los distintos medios.

2.6.1 ¿CÓMO PUEDEN APORTAR LOS MCS AL DESARROLLO DE LOS VALORES MORALES?

Los MCS tienen un gran potencial, pero aún, no ha sido explotado de manera positiva, es decir, pueden promover los buenos valores morales y familiares, que contribuyan a la formación de una nueva sociedad.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

De igual manera al presentar información, los periodistas deben elaborarla de acuerdo a los hechos, ser lo más objetivos posible, ni más ni menos, es decir apegados a la ética periodística; pero lamentablemente lo antes anotado no siempre se cumple en los noticiarios, pues en la actualidad presentan información de crónica roja, notas de escándalo, farándula, entre otros que provocan en la audiencia el impacto necesario para incrementar sintonía.

Los medios de comunicación pueden ser buenos como pueden ser malos para las personas y para la sociedad. “Son las acciones de los comunicadores y periodistas detrás de las redacciones, las cámaras y los micrófonos, los que dan luz o sombra a las historias reales o ficticias que se empaquetan en los diferentes formatos mediáticos”. (López, 55).

Los MCS deben mostrar su predisposición para utilizar sus equipos técnicos, talento humano y conocimientos, en presentar mensajes innovadores y creativos en donde no se dé lugar a la exclusión ni marginación por razones de edad, nacionalidad, sexo, religión, orientación sexual y etnia, solo así y con el paso del tiempo se podría erradicar los estereotipos que perjudican la dignidad y el buen vivir de las personas.

Conscientes de que los medios de comunicación social tienen esa fuerza modeladora de ideas y la capacidad de influir en la conducta de las personas, los comunicadores sociales deben tener presente que no tienen únicamente la responsabilidad de ayudar a fortalecer el crecimiento personal y colectivo en aras

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

del bien común, sino también contribuir al fortalecimiento de los valores morales de un sociedad, de esta manera estarían actuando con responsabilidad social.

2.6.2 LA IGLESIA Y EL ESTADO: SOBRE RECTO USO DE LOS MCS.

Según el Decreto Conciliar Inter Mirifica del Concilio Vaticano II de la Iglesia Católica, sobre los Medios de Comunicación Social en su Capítulo I, entrega varias directrices sobre el recto uso de estos medios, damos a conocer algunas de ellas:

4. Para el recto uso de estos medios es absolutamente necesario que todos los que los utilizan conozcan las normas de orden moral en este campo y las lleven fielmente a la práctica.

5. Es especialmente necesario que todos los interesados se formen una recta conciencia sobre el uso de estos medios, sobre todo en lo tocante a algunas cuestiones más duramente debatidas en nuestros días (...) Sin embargo, el recto ejercicio de este derecho exige que, en cuanto a su contenido, la comunicación sea siempre verdadera e íntegra, salvadas la justicia y la caridad; además, en cuanto al modo, ha de ser honesta y conveniente, es decir, debe respetar escrupulosamente las leyes morales, los derechos legítimos y la dignidad del hombre...

11. La principal tarea moral, en cuanto al recto uso de los medios de comunicación social, corresponde a periodistas, escritores, actores,

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

autores, productores, realizadores, exhibidores, distribuidores, vendedores, críticos y a cuantos participan de algún modo en la realización y difusión de las comunicaciones. Resulta absolutamente evidente la gravedad e importancia de su trabajo en las actuales circunstancias de la humanidad, puesto que, informando e incitando, pueden conducir recta o erradamente al género humano (...) Pero recuerden siempre que la mayor parte de los lectores y espectadores son jóvenes que necesitan una prensa y unos espectáculos que le proporcionen diversiones honestas. (www.vatican.va.)

Así como la Iglesia Católica se preocupa del recto uso de los medios de comunicación, también el Estado ecuatoriano intenta de regular a los MCS a través de Leyes, con el fin de garantizar que los mensajes emitidos sean de calidad y no vayan en contra de los derechos que tienen las audiencias.

Por ello los mass medias deben tener en cuenta que los espacios en donde se proyecten mensajes cargados de valores morales se presenten en un horario familiar y no sean desplazados a horarios de poca audiencia (en la madrugada), pues según los cambios que persigue la nueva Ley Orgánica de Comunicación manifiesta en la Clasificación de Franjas Art.9

1. Familiar: incluye a todos los miembros de la familia. La franja horaria familiar comprende desde las 06:00 a 18:00. En esta franja solo se podrá difundir programación de clasificación "A": Apta para todo público;

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

2. Responsabilidad compartida: La componen personas de 12 años a 18 años, con supervisión de personas adultas. La franja horaria de responsabilidad compartida transcurrirá en el horario de las 18:00 a 22:00. En esta franja se podrá difundir programación de clasificación “A” y “B”: Apta para todo público, con vigilancia de una persona adulta; y,

3. Adultos: Compuesta por personas mayores de 18 años. La franja horaria de personas adultas transcurrirá en el horario de las 22:00 a las 06:00. Es esta franja se podrá difundir programas de clasificación con “A”, “B” y “C”: Apto solo para personas adultas.

(www.escribd.com.)

De esta manera el Estado ecuatoriano pretende regular la programación y horario de transmisión sobre todo en la televisión para que los contenidos violentos y de sexualidad explícita sean presentados en horarios nocturnos.

De igual manera en el Capítulo Tercero: Derechos, Deberes y Responsabilidad Social de los Medios de Comunicación en su artículo 14. Son deberes de los medios de comunicación social entre otros, los siguientes:

1. Difundir contenidos informativos, educativos, culturales, artísticos, científicos y recreativos de calidad, sin censura previa, que promuevan y fortalezcan el desarrollo de las capacidades y la formación del público;



UNIVERSIDAD DE CUENCA

2. Respeto a la integridad, el honor, la dignidad y la intimidad de las personas, en los términos establecidos por la Constitución de la República y en la ley;
3. El rechazo a toda forma de discriminación, de incitación a la guerra, de violencia, toda forma de colonialismo, neocolonialismo, de ocupación o intervención extranjera y agresión a la soberanía;
4. Dedicar espacios y horarios destinados al público infantil y adolescente, en los cuales se difundan contenidos que atiendan a sus necesidades, evitando cualquier tipo de contenido, incluida la publicidad comercial, que atenta contra sus derechos.
(www.escribd.com.)

Los medios de comunicación social deben convertirse en los vehículos que permitan la participación pública, para reforzar una educación no formal, para una información y formación de la opinión pública, para la difusión de nuestra cultura, para que las libertades, los derechos y las igualdades de los ciudadanos sean reales y efectivos.

El motor y la esencia de los medios masivos debe serlo, el ser humano, significa que, dentro de la misión y el trabajo que realizan los medios se tiene que tener presente la dignidad de las personas, con esto queremos decir que durante la transmisión de mensajes, se debe respetar y valorar a la audiencia.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Los medios de comunicación son el reflejo de la sociedad, pero en ciertos programas existe un abuso de la crónica roja en donde se hace una especie de show, yo creo que esto hay que no tanto prohibir, sino orientar para que estas crónicas puedan realmente tener contenidos positivos, por ejemplo, si se enfoca el problema de la gente que vive en condiciones insalubres, no se las puede hacer un show, sino justamente se debería optar por una denuncia social a fin de exigir una mejora. Igual en el caso delictivo, se puede tratar de orientar a las personas, por un lado a los delincuentes a que se regeneren o cambien de vida, por otro lado a la ciudadanía para que se protejan y tengan cuidado frente a la inseguridad. (Cárdenas, entrevista).

Estos medios de comunicación social, pueden convertirlos en enemigos o fuertes aliados de una sociedad, sin duda, “Los medios pueden hacer un gran aporte a la sociedad, pero el problema está en el uso” (www.lanacion.com.ar).

Sin embargo nos atrevemos a decir que la mayoría, por no decir todos los MCS, aún se encuentran en “pañales” dentro del proceso de orientación en valores morales, para crear un cambio social, ¿acaso estamos lejos de tener una sociedad más humana, libre, sin ataduras impuestas? realmente no lo sabemos, lo que sí podemos decir, es que nos queda a todos mucho por hacer, para que

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

nuestra sociedad sea capaz de usar adecuada y responsablemente las tecnologías comunicativas que contribuyan a su propia liberación.

2.6.3 LOS CONSUMIDORES DE LOS MCS Y EL USO ADECUADO DE LOS MISMOS.

De los contenidos que presentan los medios de comunicación, depende fuertemente la formación de sus audiencias, entonces, es menester realizar un “jalón de orejas” a los medios de comunicación para que reflexionen sobre sus actuaciones.

Esto debería provocar un mínimo cuestionamiento y llevarnos al punto de partida para emprender una actitud de cambio social, en especial de los dueños, los productores y realizadores de los contenidos de cada uno de los programas, para lograr que los mensajes sean constructivos y no destructivos para la sociedad.

Los medios de comunicación social están llamados a servir a la dignidad humana, cultivando un sentimiento de responsabilidad mutuo, respetando su libertad y la de los demás.

“El Señor Jesucristo nos exige ser no sólo sencillos como palomas, sino también prudentes como serpientes” (Mateo 10-16) lo que queremos decir con este pasaje bíblico es que debemos estar alerta de la escala de valores que nos ofrecen los medios de comunicación y no recibir la información por recibir.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Sin importar la ubicación social de las gentes, su género, edad e incluso, nivel educativo, se percibe una actitud crítica hacia los contenidos de los medios de comunicación, tanto en la información noticiosa como en los formatos de entretenimiento y ficción.

Sin embargo, esta actitud sólo es coherente en grupos reducidos de personas, diseminados en todos los sectores de la sociedad, que se liberan plenamente de la decisión sobre lo que deben ver, oír o leer. En tanto, la gran mayoría continúa esclava, inclusive con el poder de la elección. (López, 55).

La sociedad actual es catalogada como una sociedad consumista y llena de estereotipos debido a la inadecuada utilización de los medios de comunicación. Con esto no tratamos de satanizar los mass medias ni sus avances tecnológicos, ya que son importantes para el desarrollo social, no obstante, son las personas quienes deben tener un criterio firme que les permita reconocer los valores absolutos que presentan los MCS, para aceptarlos y cultivarlos, pero también la capacidad para desechar lo que no les conviene.

Esto significa que como consumidores de los MCS, debemos buscar una orientación en las ideas, y valores de las cosas, es decir, revisar los vehículos de comunicación, por medio de los cuales, se transmite determinadas ideologías y juicios de valor como factores que determinan las actitudes, la conducta y fisonomía de una sociedad. Cabe rescatar que “Los padres, como primeros y principales educadores de sus hijos, son también los primeros en explicarles cómo

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

usar los medios de comunicación. Están llamados a formar a sus hijos en el uso moderado, crítico, vigilante y prudente de tales medios en el hogar” (Ser Familia, 15).

Retomamos una vez más el Decreto Conciliar Inter Mirifica de la Iglesia Católica, en donde también cita normas que deben ser tomadas en cuenta por parte de las audiencias para el uso adecuado de los MCS.

9. Peculiares deberes incumben a todos los destinatarios, es decir, lectores, espectadores y oyentes que, por una elección personal y libre, reciben las comunicaciones difundidas por tales medios. Una recta elección exige, en efecto, que estos favorezcan plenamente todo lo que destaque la virtud, la ciencia y el arte y eviten, en cambio, lo que pueda ser causa u ocasión de daño espiritual, lo que pueda poner en peligro a otros por su mal ejemplo, o lo que dificulte las informaciones buenas y promueva las malas (...)Por consiguiente, para cumplir la ley moral, los destinatarios de los medios no deben olvidar la obligación que tienen de informarse a tiempo sobre los juicios que sobre estas materias emite la autoridad competente y de seguirlos según las normas de la conciencia recta; y para poder oponerse con mayor facilidad a las incitaciones menos rectas, favoreciendo plenamente las buenas, procuren dirigir y formar su conciencia con las ayudas adecuadas.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

10. Los destinatarios, sobre todo los más jóvenes, procuren acostumbrarse a la disciplina y a la moderación en el uso de estos medios; pongan, además, empeño en comprender a fondo lo oído, visto o leído; hablen sobre ello con los educadores y expertos y aprendan a emitir un juicio recto. Recuerden los padres que es su deber vigilar diligentemente para que los espectáculos, las lecturas y cosas similares que sean contrarias a la fe o las costumbres no traspasen el umbral de su hogar ni vayan sus hijos a buscarlos en otra parte. (www.vatican.va).

Cabe destacar que para la mayoría de las audiencias lo que se dice en un medio de comunicación, es verdad absoluta, sin embargo, las personas deben estar preparadas para realizar un discernimiento ético de estos medios, es decir, deberán tener muy en claro qué valores y contravalores se exponen en los medios para colocarlos en una balanza y así obtener una imagen global sobre las orientaciones que los mass medias están dando a la sociedad, pues los MCS pueden servir para enriquecer o empobrecer la naturaleza del hombre, de allí que depende mucho de la visión moral y de la responsabilidad ética de quienes están implicados en este proceso comunicacional.

Por ello es necesario que todos los consumidores de los medios de comunicación social adoptemos una postura crítica en donde cuestionemos la función que ejercen los MCS y cómo tenemos que valorar sus productos.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Los medios de comunicación, dirigidos de manera correcta se convierten en instrumentos educativos y formativos, al transmitir programas en donde se resaltan los valores morales y se respeta la dignidad humana, lo cual aporta sin duda a preservar el bien común dentro de la sociedad, de allí que citamos algunos medios de comunicación social de Cuenca (en especial los religiosos), cuyos espacios reúnen las características ya mencionadas; en el caso de la televisión: están Unión TV con programas de producción local y extranjera; Telecuenca canal Universitario, cuenta casi en su totalidad con programas “enlatados” pero que cuentan con gran contenido espiritual y moral. En las radios tenemos: Católica de Cuenca, radio María, radio Familia, presentas en su mayoría programas producidos de manera local y nacional; finalmente en la prensa escrita encontramos información sobre valores morales de forma esporádica en el Mercurio y el Tiempo.

Ojalá que la sociedad logre encontrar siempre en los medios de comunicación una fuente de apoyo, estímulo e inspiración para vivir en comunidad con amor y educación enmarcados en los sanos valores morales que promuevan una cultura de solidaridad, libertad y paz.

La elección depende de nosotros. Se nos imponen como Valores los Anti-valores de la utilidad, de la moda, del culto al cuerpo, del poder, del dinero. Llevamos una vida derivada de vivir según el egoísmo el individualismo, el consumismo; Muchas persona inclusive piensan que la felicidad se puedan comprar y la auténtica alegría surge del

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

interior. Sólo las personas autónomas valoran críticamente sus propios Valores y Anti-Valores de su entorno. (www.monografias.com).

2.7 EDUCACIÓN EN MEDIOS

Es conveniente adoptar una postura crítica, que nos lleve la reflexión sobre los productos que presentan los MCS a la sociedad en general. “La educación debería contribuir a formar a los ciudadanos en la actualidad y en la construcción del conocimiento social, cultural y político (Gonnet, 1995). La tarea del ciudadano no consiste en delegar su poder, sino en ejercerlo y desarrollarlo” (www.atei.es).

Se hace necesario entonces que en nuestra sociedad exista una educación en medios, lo que permitirá discernir los diversos mensajes que son emitidos por los mass medias.

La educación en medios, entiende la UNESCO como diálogo, debería tener como consecuencia, a corto y mediano plazo, un doble proceso. En primer lugar, la formación de una conciencia crítica –y participativa- en relación con los medios. En segundo lugar, la progresiva aceptación, por parte de los medios de un compromiso profundo con la educación. Pero, a largo plazo y en sentido amplio, la tarea de educación en medios tiene que ver con la inteligencia colectiva y con los modelos de conocimiento y de entendimiento que



UNIVERSIDAD DE CUENCA

desarrolla nuestra cultura.
(www.gabinetecomunicacionyeducacion.com).

Es deber y obligación tanto de padres de familia como de los centros educativos el enseñar a asimilar el contenido de los mensajes emitidos en los medios de comunicación de una manera razonada y crítica que permita al niño y joven regular mediante juicios de valor lo que leen, ven y escuchan, para ello, es menester que los padres de familia realicen en lo posible un acompañamiento permanente durante la exposición de sus hijos a los medios de comunicación, entregándoles pautas para que diferencien lo real de la ficción, lo bueno de lo malo, y lo verdadero de lo falso

La mayoría de los establecimientos educativos trabajan con material audiovisual e internet, lo cual permitirá ejercitar las destrezas de razonamiento crítico en torno a los mensajes de la radio, la televisión y la prensa, para lograr que sus alumnos interpreten los contenidos, expresen juicios y opiniones sobre los contenidos.

El profesorado debe capacitar a sus estudiantes a tomar conciencia sobre la simbología utilizada por los medios para atrapar a la audiencia, solo así se logrará que los jóvenes seleccionen productos que contribuyan a su desarrollo social, cultural, moral e intelectual, lo que permitirá reaccionar ante los contenidos para diferenciar el nivel valorativo de los mensajes, y sacar el máximo provecho a los mensajes que son transmitidos a través de los medios de comunicación, dentro de esta sociedad de la información.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

En cuanto a los profesionales de la comunicación, sería pertinente que pierdan el miedo y consideren a la educación no formal, como parte de sus responsabilidades. Por lo que deberán fomentar en su labor comunicativa e informativa la reflexión crítica frente a cualquier manipulación que se pretenda dar “Reflexionar sobre la posible influencia que lo que hacen puede tener en la infancia, en los jóvenes y en el imaginario social forma parte de las obligaciones del buen profesional.” (www.educaweb.com).

Es menester entonces, que padres de familia, profesores y profesionales en comunicación; se preparen y pongan en práctica la educación en medios hacia los niños y jóvenes para que sean “consumidores” con criterios razonados, donde impere la conciencia y se destierre la emotividad y la inconciencia.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CAPITULO 3

LAS RADIOS CATÓLICAS.

Las radios católicas surgen con la idea de provocar reflexión, plantear y encontrar criterios éticos, morales y evangelizar en la fe, a través de una participación activa de sus audiencias dentro del proceso comunicacional, con este estilo pretende entregar formatos radiofónicos que los distingan de los medios tradicionales cuyas viejas fórmulas están orientadas únicamente a obtener réditos económicos dejando de lado el fortalecer a la sociedad en temas que rescaten la esencia del ser humano y su entorno, pues son consideradas como una herramienta pedagógica que dinamizan el accionar de la Iglesia y su comunidad.

Las radios católicas pueden presentar música, noticias, programas de entretenimiento, entre otros; sin embargo se caracterizan por dar a conocer la palabra de un Dios vivo, para la formación humana y cristiana. “El arzobispo Ángel Amato, secretario de la Congregación para la Doctrina de la Fe (Vaticano), en la que se ha referido al medio radiofónico como *púlpito moderno* y presentó el micrófono como el *ambón*⁴ del siglo XXI” (www.catholic.net).

La Iglesia trabajará en la comunicación, intentando globalizar la comunión y la solidaridad, potenciando la inclusión social de los más pobres, formando comunicadores con hondo sentido evangélico y desarrollando en las personas, en las familias y las comunidades, un profundo sentido crítico.

La Iglesia en el continente debe desarrollar una verdadera Pastoral de la Comunicación, que dé respuestas evangelizadoras a los nuevos desafíos de nuestro tiempo, según expresiones de Mons. Alcides Jorge Pedro Cassaretto. Obispo de San Isidro. Argentina (www.seminariovirtual.org.)

⁴ El ambón es la parte de los templos católicos y ortodoxos desde la que se proclama la lectura de la Biblia en la Misa y otras ceremonias. Puede tener forma de atril, de podio o de púlpito.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Una radio católica refleja la Iglesia a la que se pertenece, de allí que la Iglesia debe reflejar las angustias y esperanzas de su pueblo en especial de los más pobres, para lo cual, es necesario mantener el canal de diálogo abierto, tanto de forma directa o personal, para enfrentar los desafíos que presenta el mundo moderno como: los abortos, divorcios, la biotecnología, entre otros, que van en contra del ser humano y de la naturaleza.

A decir de Josep Casellas, Dr. en Ciencias de la Comunicación, existen tres modelos de radios católicas según su programación.

El primer modelo es el de la radio piadosa. Se caracteriza porque dedica una gran parte de su programación a los actos de piedad: retransmisiones litúrgicas o espacio de oración (...) Al segundo modelo se le puede denominar, radio identitaria (...) Los magazines, los informativos y los musicales constituyen los principales tipos de programas (...) El tercer modelo recibe el nombre de radio frontera. Aporta en ella la doctrina de la Iglesia. Intenta captar los signos de los tiempos e interpretarlos a la luz del Evangelio. Ese modelo presenta un cierto equilibrio entre cinco grandes macro géneros programáticos: información, entretenimiento, música, deporte y participación. (www.gestiopolis.com).

3.1 HISTORIA DE LAS RADIOS CATÓLICAS EN EL MUNDO.

El alcance y acceso que tienen los seres humanos hacia los diversos medios de comunicación social, provocó cambios importantes en la sociedad, sin embargo estos medios siempre fueron criticados y condenados “Por las autoridades eclesiásticas. Papas y obispos veían en el principio de la libertad de prensa un atentado contra la ética y contra la fe, porque creían que favorecía el relativismo y el indiferentismo.” (www.gestiopolis.com).

Sin embargo, más tarde la Iglesia Católica vio en estos, una excelente herramienta para la difusión del Evangelio y los valores, pues sirven de orientación

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

en defensa de los sólidos principios que son indispensables en la construcción de una sociedad respetuosa, preservando la dignidad de la persona humana y del bien común; también se sirve de dichos medios para difundir informaciones de su labor con la finalidad de ampliar los conocimientos de la evangelización, de la catequesis y de la formación personal, pues pensaban que si los MCS son mal utilizados, también pueden ser bien utilizados, es decir, ponerlos al servicio de la comunidad pero encaminándolos hacia el bien común.

Sin embargo, la radio siempre ha sido y es la preferida por parte de la Iglesia Católica debido a sus ventajas, ya que a través de ella pueden llegar con su mensaje evangelizador y educador a gran parte del mundo de allí que:

El optimismo de los representantes eclesiásticos ante la radio fue al mismo tiempo la causa y la consecuencia de la creación en 1931, por parte de Pío XI y con la colaboración de Guglielmo Marconi, de Radio Vaticano (...) nació Radio Renascenca en Portugal, en 1937, y otras emisoras en distintos países. Con todo hay que señalar que Radio Vaticano no fue la primera emisora católica del mundo, ya que con anterioridad a su creación ya existían radios de este tipo en Estados Unidos, donde la primera emisora católica data de 1925, y en otros países del globo. (www.gestiopolis.com).

Según datos históricos sobre el surgimiento de las radios católicas en América Latina se reconocen 4 emisoras católicas como las primeras que surgieron: Radio “Caritas” en Asunción Paraguay 1936, “Radio Fides” de Costa Rica en el mismo año, “Radio Fides” de Bolivia 1939, “Radio Excelsior” de Bahía de Salvador en Brasil 1941 y radio “Rio Mar” en Manaus, Brasil 1944 .

De acuerdo a datos emitidos en el Congreso mundial de Radios Católicas efectuado en el Vaticano el pasado junio de 2008, se dio a conocer que existen en América Latina más de 3 mil emisoras católicas, tanto en AM como en FM, muchas son diocesanas y otras están a cargo de las Conferencias Episcopales.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



3.1.1 Radio Católica Nacional del Ecuador.

En el Ecuador la Conferencia Episcopal Ecuatoriana siguiendo el ejemplo de la Santa Sede en Roma, optó también por hacer uso de los medios de comunicación, es así que, Radio Católica Nacional 94.1 FM, de la Fundación Juan Pablo II que pertenece a la Conferencia Episcopal Ecuatoriana, y cuya sede está en la ciudad de Quito, inició su transmisión el 1 de julio de 1981 y el 4 de agosto de 1984 dio paso a las transmisiones de Onda Corta, traspasando así los confines patrios, sin embargo fue inaugurada de manera oficial el 30 de enero de 1985, por el propio Papa Juan Pablo II. Posee una cadena de 15 frecuencias radiales y gracias al sistema satelital le permite estar presente en casi todo el Ecuador, en Sierra, Costa, Amazonía y Región Insular; además con la utilización del Internet llegan también a nivel mundial.

Frecuencias de Radio Católica Nacional

- | | |
|-----------------------|-------------------------|
| - Pichincha 94.1 FM | - Imbabura 104.7 FM |
| - Guayas 970 AM | - Tulcán 88.5 FM |
| - Azuay 98.1 FM | - Sto. Domingo 101.7 FM |
| - Manabí 88.9 FM | - Puyo 89.1 FM |
| - El Oro 99.9 FM | - Galápagos 97.1 FM |
| - Tungurahua 105.7FM | - Zamora 97.1 FM |
| - Cotopaxi 105.7 FM | - Bolívar 91.5 FM |
| - Chimborazo 105.7 FM | |

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Todas estas emisoras realizan su labor enmarcadas en la Nueva Evangelización, en donde buscan el bienestar de los más necesitados y la promoción de los valores morales.

3.2 RADIO CATÓLICA CUENCA.

3.2.1 Radio Católica Cuenca sus Inicios.

La ciudad de Cuenca que se caracteriza por tener una población mayoritariamente católica no podía dejar de contar con una emisora religiosa, pues se conoce por todos que la Iglesia Católica juega un papel importante en el desarrollo social de las comunidades; por ello la Arquidiócesis de Cuenca propuso la creación de una radio para a través de ella llegar a la población Cuencana, tanto del área suburbana y rural con la evangelización, a través de una programación participativa, educativa y de servicio social que ayude a formar una comunidad más fraterna y justa.

Sin embargo, debido a diferentes situaciones tal intención se postergó por 3 ocasiones, pues lograr una frecuencia no fue tan fácil. Según documentos históricos de radio Católica, resumimos la siguiente información sobre los inicios de esta emisora; en 1989 se otorgó por vez primera una concesión que por razones económicas fue cancelada, una segunda oportunidad llegó en 1993, cuando se pretendió comprar Radio Sensación, que en esa época estaba a la venta, pero nunca se llegó a un acuerdo entre las partes involucradas para tal negociación.

Pero como se dice en el argot popular, la tercera es la vencida, la Conferencia Episcopal Ecuatoriana puso mucho empeño y pidió que se consiga la señal en el 98.1 y de manera conjunta con la Fundación “Juan Pablo II” se instale la emisora para Cuenca, de esta manera las entidades antes mencionadas son dueñas de todo lo que significa transmisión (frecuencia, enlaces, transmisor, antena, terreno,

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

caseta y torre ubicada en el cerro de Icto Cruz. En tanto que a la Arquidiócesis de Cuenca le correspondió adquirir todo lo referente a equipos para las cabinas de control y grabaciones, además encargarse del mantenimiento, personal y gastos generales.

De esta forma , en Quito capital de los ecuatorianos, el 13 de agosto de 1996 se hizo efectivo, mediante escritura pública el otorgamiento de contrato de concesión de un canal radio frecuente, por parte de la Superintendencia de Telecomunicaciones y la Fundación “Juan Pablo II” quedando inscrito que el Estado autorizó al concesionario para que utilice la frecuencia 98.1Mhz para que opere la estación radial, Pues según el capítulo 1 referente a las estaciones en su artículo 8 de la Ley de Radiodifusión y Televisión promulgada durante la presidencia del General Guillermo Rodríguez Lara en 1975, manifiesta:

Son estaciones de servicio público las destinadas al servicio de la comunidad, sin fines utilitarios, las que no podrán causar publicidad comercial de ninguna naturaleza.

Están incluidas en el inciso anterior, las estaciones privadas que se dediquen a fines sociales, educativos, culturales o religiosos, debidamente autorizados por el Estado. (www.google.com).

Hay que recordar que en ese entonces dicha Ley solo contemplaba dos clases de estaciones: las Comerciales privadas y de Servicio público, Pero en la nueva Ley Orgánica de Comunicación se contempla una frecuencia más, la Comunitaria.

Luego de obtener la frecuencia pasaron 2 años, tiempo en el cual se realizaron diferentes actividades como la adquisición e instalación de los estudios de la radio cuyo apoyo económico lo recibieron de Acción Episcopal Advenia de Alemania y FASTENOPFER –Acción Cuaresmal de los Católicos en Suiza, además se realizaron trabajos de readecuación en la Iglesia del Cenáculo para que funcione allí la radio, la instalación de la Torre en Icto Cruz, capacitación al personal de la radio, entre otras actividades.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

El 1 de abril de 1998 salió por primera vez al aire radio Católica 98.1 FM, el encargado de abrir la programación fue Monseñor Luis Alberto Luna Tobar (Arzobispo de Cuenca en ese entonces), con un mensaje que ratificaba el compromiso de la emisora con la verdad, la moral y la justicia, iluminando la realidad desde la perspectiva del Evangelio y las enseñanzas de la Iglesia, su emisión era de dos horas diarias y su programación inicial consistía en segmentos de orientación religiosa, luego de algunas semanas se transmitía en un horario de 08h00 a 18h00, se presentaba también la noticia de la hora, y un programa que causó gran acogida en los oyentes, estamos hablando de “Hacia una nueva esperanza” conducido por Monseñor Luna. En el año 2002 se extendió la programación a 12 horas diarias. Hoy en día la emisora gracias al sistema radial satelital está al aire las 24 horas al día durante los 7 días de la semana.

La emisora forma parte de la cadena de Radio Católica Nacional y Radio Católica Mundial “EWTN” basada en una programación de carácter informativo, educativo, religioso, cultural, ecológico, de opinión y de entretenimiento “que día a día recibe gran acogida de muchos oyentes que con su criterio aseguran que nuestro medio se ha constituido en una alternativa para todos nuestros radioescuchas.” (Brito, entrevista).

Al momento se brinda una programación variada, las 24 horas del día todos los días se entregan mensajes positivos y de evangelización a la comunidad azuaya y de la prov. del Cañar, “en donde poseemos un público joven y adulto y estamos muy atentos de todos los niños para quienes se destina un espacio especial” (Brito)

3.2.2 Misión y Objetivos de Radio Católica Cuenca.

La emisora pretende ser una alternativa en la comunicación y para ello se trabaja arduamente en este medio de comunicación, para servir a los oyentes en la

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

formación cristiana, de valores y cívica a fin de contribuir a la búsqueda de respuestas idóneas a los problemas del ser humano de hoy.

Así, la misión es hacer una radio diferente y alternativa “bajo una forma de promoción humana y atención a las necesidades primordiales, sin tener presión en lo comercial, sino siendo lo contrario una radio con programación de la comunidad y auspiciada por ella.” (Brito)

Objetivo General de la Radio: “Ser instrumento de evangelización y de promoción de la vivencia de los valores del humanismo cristiano”

Objetivos Específicos:

1. “Fomentar la construcción de una sociedad justa y fraterna.
2. Fortalecer y difundir la cultura e identidad regional.
3. Contribuir a la formación de una opinión pública madura y bien orientada con nuestros programas.” (Brito)

Para lograr tales objetivos los directivos de la emisora basan la producción radial en las normas establecidas en el Decreto Inter Mirifica Sobre el Recto uso de los Medios de Comunicación (el cual ya lo explicamos en el capítulo anterior), y también se orienta a través de la Doctrina Social de la Iglesia, ésta es un conjunto de normas y principios referentes a la realidad social, política y económica de la humanidad, la cual forma parte de la Teología Moral.

Esta doctrina contiene tres niveles:

- a) Los principios de reflexión provienen del evangelio y el derecho natural, aplicables a las diversas situaciones históricas. Afirman la dignidad de la persona humana, la igualdad fundamental de los

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

hombres, sus derechos inalienables, el derecho a la vida, a la propiedad, el derecho natural de asociación, etc.

- b) Los criterios de juicio están compuestos por juicios morales, dictado sobre hechos históricos, estructuras e ideologías. Estos juicios varían en la medida en que cambian las circunstancias que le dieron origen.
- c) Las directrices de acción comprenden normas morales que se deducen de los principios; por ejemplo las obligaciones sociales de la propiedad, el salario, etc. Estas directrices requieren del concurso de los recursos de la ciencia y del saber para llevarlas a la práctica. (www.mailxmail.com).

De esta manera los mensajes que emite radio Católica están al servicio de la comunidad no solo católica cristiana, sino también de los laicos, con el fin de iluminar y educar al ser humano, mediante una simple orientación de su mente y su corazón pero sin tratar de influenciar en su vida social, cultural, religiosa, o política, pues según hemos podido descubrir, el afán de la Iglesia Católica es incentivar el aspecto crítico de las personas, es decir, que ellas por sí solas decidan y sepan diferenciar entre los programas y mensajes que les convienen o no, de esta manera podemos decir que de acuerdo a las teorías sobre la influencia que tienen los medios de comunicación social en las audiencias, calzaría aquí la Teoría de los Usos y Gratificaciones de los autores Elihu Katz, Blumler y Gunevitch:

Cada individuo selecciona los estímulos a los que quiere responder, ateniendo a causas como sus valores, intereses y funciones sociales. Por tanto, más que ser los medios los que dicen al espectador qué ver, son los usuarios de forma activa los que deciden, atendiendo sus

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

necesidades y a la gratificación que les proporcione.
(www.es.wikipedia.org.com.)

Audiencia de la Radio.

A pesar de ser Cuenca una ciudad mayoritariamente católica, cualquiera pensaría que radio Católica tiene una amplia audiencia, sin embargo y según el estudio realizado por Mercados y Proyectos, se puede observar que en comparación con el resto de emisoras en F.M., radio Católica se encuentra en el puesto 23 de 33 emisoras investigadas.

Esto nos indica que radio Católica a pesar de no ser la primera en sintonía es, a decir de su Director, **“la primera en credibilidad”**¹



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fuente: MERCADOS & PROYECTOS S.A. MERCAPRO TEL:2456260
Uso exclusivo:

Fecha: 02/08/2011 08:56:47
Medición: Mayo 2011

ALUMNAS:
SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cobertura Radial.

En la actualidad la señal de radio Católica Cuenca cubre la zona nororiental de la provincia del Azuay (Cuenca, Gualaceo, Paute, Chordeleg, Sígsig, Girón, Guachapala, Sevilla de Oro, El Pan.) y en algunos cantones de la Prov. del Cañar.

Financiamiento.

Esta emisora se financia con el 50% de aportes económicos que entrega la Curia Arquidiocesana de Cuenca, el 45% se lo obtiene mediante la publicidad y el 5% producto de las donaciones que generosamente realizan personas caritativas y que desean colaborar con la emisora. El Director de la Emisora aclaró que a pesar que la Ley impide obtener publicidad para esta clase de radio, existe una reforma del 2001 en cuya transitoria permite la publicidad a las radios comunitarias, de allí que por pertenecer de cierta forma a la red CORAPE (Coordinadora de Radios Populares del Ecuador), se puede contar con publicidad.

“Sin embargo dicha publicidad debe estar de acuerdo con los preceptos de la Iglesia Católica y que se identifiquen con nuestros objetivos, es decir, no bebidas alcohólicas, ni tabacos, entre otros, que atenten la integridad física o psicológica de las personas” (Brito)

Alianzas Estratégicas con organismos de Comunicación a nivel Nacional e Internacional.

- Asociación de Radios Católicas del Ecuador (ARCE).
- Radio Católica Mundial.
- Radio Vaticano.
- Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER).
- Coordinadora de Radios Populares del Ecuador (CORAPE).

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Radio Netherland.

De esta manera toda la información y programación de estas emisoras, radio Católica Cuenca, la puede obtener a través del satélite.

Parrilla de Programación de Radio Católica Cuenca.

HORARIO	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
05h00	Rosario	Rosario	Rosario	Rosario	Rosario	RCM	RCM
05h30	Mensaje	Mensaje	Mensaje	Mensaje	Mensaje	RCM	RCM
06h00	Noticias	Noticias	Noticias	Noticias	Noticias	RCN	Aló Prefecto
07h00	Deportes	Deportes	Deportes	Deportes	Deportes	RCN	Escucha Cuenca
08h00	Dios es Nuestro Amigo	Dios es Nuestro Amigo	Dios es Nuestro Amigo	Dios es Nuestro Amigo	Dios es Nuestro Amigo	Aló Prefecto	Ronda Informativa
09h00	Amigos en Contacto	Amigos en Contacto	Amigos en Contacto	Amigos en Contacto	Amigos en Contacto	180 en Vivo	Muévete Muévete/ OMP
10h00	Amigos en Contacto	Amigos en Contacto	Amigos en Contacto	Amigos en Contacto	Amigos en Contacto	180 en Vivo	Católico Vive tu Fe
11h00	Caminos que Dejan Huellas	Luz Verdad y Fe	Hablemos de Biblia	Voces de Esperanza	Otro Punto de Vista	180 en Vivo	Eucaristía
12h00	Noticiero	Noticiero	Noticiero	Noticiero	Noticiero	CRVC	Católica Mundial
13h00	Deportes	Deportes	Deportes	Deportes	Deportes	Deportes	RCN
14h00	Música Folclórica	Música Folclórica	Música Folclórica	Música Folclórica	Música Folclórica	Música Folclórica	RCN
15h00	Renovados en el Espíritu	Con María al Reino	Caminando con Jesús	Reflexiones en Familia	Discípulos y Misioneros	RCN	RCN
16h00	Reflexiones de Mons. Maldonado	Reflexiones de Mons. Maldonado	Entre Amigos	Radio Vaticano	Radio Vaticano	R. Católica Nacional	R. Católica Nacional
17h00	Noticias	Noticias	Noticias	Noticias	Noticias	RCN	RCN
18h00	Amigos en Cristo	Radio Netherland	Alcohólicos Anónimos	A la Luz de la Palabra	Encuentro Amor de Dios	R. Católica Nacional	R: Católica Nacional

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

19h00	Deportes	Deportes	Deportes	Deportes	Deportes	RCM	RC Mundial
20h00	Revista Musical	R. C. Mundial	RC Mundial				
21h00 a 04h00	RCM Enlace Satelital						

Fuente: Radio Católica Cuenca.

Elaboración: Sandra Amaya y Carmita Lazo.

Podemos observar que esta emisora busca mediante su programación variada e innovadora, orientar y contribuir a la formación de una conciencia colectiva y al bienestar de los oyentes, ofreciendo programas de calidad, de interés general, para ello cuenta con más de 30 programas semanales de los cuales, el 50% son de carácter religioso- educativo y el restante corresponde a programas noticiosos, sociales y de entretenimiento producidos en los estudios de la radio.

Personal:

Desde sus inicios la radio ha tenido problemas de financiamiento para el mantenimiento de los equipos y el pago del personal, pues esta al laborar 24 horas diarias, requiere de personal permanente para poder difundir profesionalmente la programación, es así que solo cuenta con 5 profesionales en el área de comunicación social, que están legalmente contratados, pues constan como empleados de la Curia Arquidiocesana de Cuenca y 70 personas entre religiosos, hombres y mujeres de diferentes edades, algunos de ellos profesionales en comunicación social, y otros empíricos, que les gusta trabajar en radio, por afinidad con la labor evangelizadora, éstos son colaboradoras de la radio, es decir, no perciben sueldo por su trabajo en la emisora.

Es preciso señalar que la dirección de la radio, de manera ocasional imparte charlas de capacitación orientadas a los colaboradores, especialmente a los no profesionales, para que tengan conocimientos básicos sobre como desenvolverse

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

frente al micrófono, vocalización, dicción, etc.; esto con el fin de transmitir programas de calidad, que respondan las necesidades de los oyentes.

Equipamiento.

Radio Católica Cuenca inició sus labores hace 13 años (1998), tiempo durante el cual han tenido que realizar cambios en equipos que por su vida útil han perdido su capacidad, o simplemente han quedado caducos, como es el caso de las computadoras por lo que se ha realizado cambios paulatinos para el mejoramiento de la difusión radial, incrementando equipos para la cabina del aire, como también en las de producción.

Ante el gran crecimiento de los medios digitales y a la acogida de prácticamente todos los sectores de la sociedad en redes virtuales, la Iglesia, no podía quedarse atrás de estos avances. Por ello en el 2009 la radio decidió integrarse al mundo del internet a través de su propio portal web www.radiocatolicacuenca.com.ec, convirtiéndose en un lugar de contacto con la comunidad internacional, pues a través de ella se puede escuchar la radio en audio real, en donde además gracias al sistema USTREAM TV las personas pueden observar a los locutores de la radio en el momento que están presentando cada uno de sus programas, hasta inicios de agosto contaba con 39.430 visitas se pueden enviar y recibir mensajes a través del correo. Además en este mismo año, la radio cuenta con las redes sociales: Facebook y Twitter, en donde se tiene un mayor contacto con el público que sigue a la radio a través de estos medios, es así que en el face tienen 4.527 amigos y en el Twitter 250 seguidores contabilizados hasta inicios de agosto de 2011.

Hoy podemos decir que Radio Católica Cuenca, cuenta con una infraestructura adecuada, ya que desde 2001, la emisora funciona al interior de la Curia Arquidiocesana de Cuenca, en la Bolívar 7-64 y

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Luis Cordero y cuenta con equipos que facilita el trabajo en lo informativo y en lo educativo, cultural y religioso, a fin de responder a las necesidades de nuestros oyentes, y por ello nuestra acción es hacer que la voz de todos se escuche' (Brito)

3.3 PROGRAMA “REFLEXIONES EN FAMILIA” DE RADIO CATÓLICA CUENCA.

PRESENTADORES DEL PROGRAMA “REFLEXIONES EN FAMILIA” EN EL SET DE RADIO CATÓLICA CUENCA.



Sra. Sandra Vergara, Sr. Carlos Cabrera y Sra. Teresa Cantos.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

El programa “Reflexiones en Familia” se transmite por radio Católica Cuenca los días jueves de 15h00 a 16h00, lleva al aire 5 años, es dirigido y conducido por los esposos Sr. Carlos Cabrera y Teresa Cantos de Cabrera, quienes llevan evangelizando y asesorando a familias y jóvenes hace 28 años bajo la tutela de HOMINI, institución de formación y capacitación humanística, dirigida por el Dr. Oswaldo Cuadro Moreno, conferencista internacional, Homini les ha brindado capacitación para la asesoría a familias en países como Perú y Argentina; al no ser profesionales en el área de Comunicación Social, Radio Católica se ha preocupado por darles charlas de formación, en aspectos tales como: vocalización, dicción, manejo de micrófono, edición, y otros aspectos básicos para hablar por un micrófono y dirigirse de manera apropiada al radio escucha.

Cabe resaltar que son colaboradores de la emisora radial, es decir no perciben ningún salario por su actividad educadora y evangelizadora, pues su motivación no es el lucro, sino más bien de servicio.

Trabajar con las familias que necesitaban de apoyo, el mensaje de la evangelización ayuda, y vimos que a través de la radio se podría ayudar a todas las familias que están en problemas, conflictos y dificultades que necesitan de apoyo. Al llegar con mensajes de reflexión en familia hemos visto que llegamos a los corazones de las familias. Tenemos la dicha de haberles servido logrando que no se separen las parejas y que tengan una mejor relación con sus hijos, y entre los hermanos, bueno nuestra mayor alegría es dar que recibir.
(Cabrera)

A decir de los productores y presentadores el objetivo del programa es “rescatar a las familias que están en crisis, transmitir los valores como la honestidad y el respeto, para que tengan un mejor estilo de vida” para ello manifiestan utilizar un lenguaje sencillo que sea entendido por todas las personas pues los mensajes van dirigidos a niños, jóvenes y adultos, que se encuentran en el área urbana o rural de las ciudades.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Para alcanzar el objetivo trazado por este programa y al indagarles sobre si fomentan los valores morales en los jóvenes, la Sra. Teresa Cantos manifestó que:

Primero debemos llegar a papá y mamá, porque los padres tienen que concientizarse sobre los valores que han perdido para que tomen conciencia de lo que está ocurriendo en su casa con sus hijos. Sabemos que gran porcentaje de estos tipos de conductas se originan por la situación actual de la familia como institución, pues de nada serviría dirigir nuestro mensajes de manera exclusiva a los jóvenes si los pilares del hogar mantienen conductas inadecuadas como el irrespeto, el maltrato, el alcoholismo entre otros males que destruyen a las familias y afectan la formación y autoestima de cada joven. Si logramos un cambio en los padres, lograremos una juventud con valores, alejados del alcohol de las drogas y menos rebeldes, entonces lo que pretendemos es incentivar el diálogo entre los padres e hijos.

3.3.1 Análisis del Programa “Reflexiones en Familia”. (julio-octubre 2011)

DATOS GENERALES DEL PROGRAMA:

-Nombre del Programa Radial: “Reflexiones en Familia”.

-Duración de Cada Emisión: Cada emisión dura 60 minutos (1 hora).

-Frecuencia con la que Sale al Aire: Una vez por semana (Todos los días jueves).

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Descripción del Problema o la Necesidad a la que Quiere dar Respuesta el Programa:

El panorama de nuestra sociedad actual, nos presenta situaciones muy preocupantes, sobre todo en la conducta de las nuevas generaciones, niños y jóvenes que reflejan una acelerada falta de motivación para los estudios, con una pobre autoestima y una marcada rebeldía hacia sus padres y adultos en general. Ante esta realidad el programa pretende llegar a la raíz del problema, tomando en cuenta que gran porcentaje de estos tipos de conductas se originan por la situación actual de la familia, la que se ha desintegrado paulatinamente.

-Objetivos Generales y Específicos del Programa: Según la información recibida de los productores del programa podemos citar los objetivos específicos y generales

Objetivo general:

*Ayudar, a través de la radio, a resolver problemáticas actuales de la vida de las personas, mejorando su calidad de vida tanto en lo individual, como en lo familiar y social, pero desde una visión integral del ser humano.

Objetivos específicos:

*Buscar la integración familiar, mediante mensajes que contengan enseñanzas en valores con el fin de que los padres de familia puedan ser ejemplo y guía de sus hijos.

*Rescatar a niños y jóvenes que debido a la desintegración familiar, a problemas de incomprensión o agresión intrafamiliar, se han refugiado en los vicios como el alcoholismo, la drogadicción, el hurto, etc.

*Entregar asesoría familiar de manera personalizada al o los oyentes que lo necesiten.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



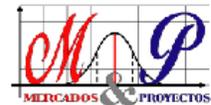
UNIVERSIDAD DE CUENCA

-Público al que va Dirigido el Programa: “Reflexiones en Familia” va dirigido, como su nombre lo indica, al grupo familiar tanto del área urbana como rural de las diversas ciudades de las provincias del Azuay y Cañar a donde llega la señal de Radio Católica y a nivel internacional a través de la señal en internet.

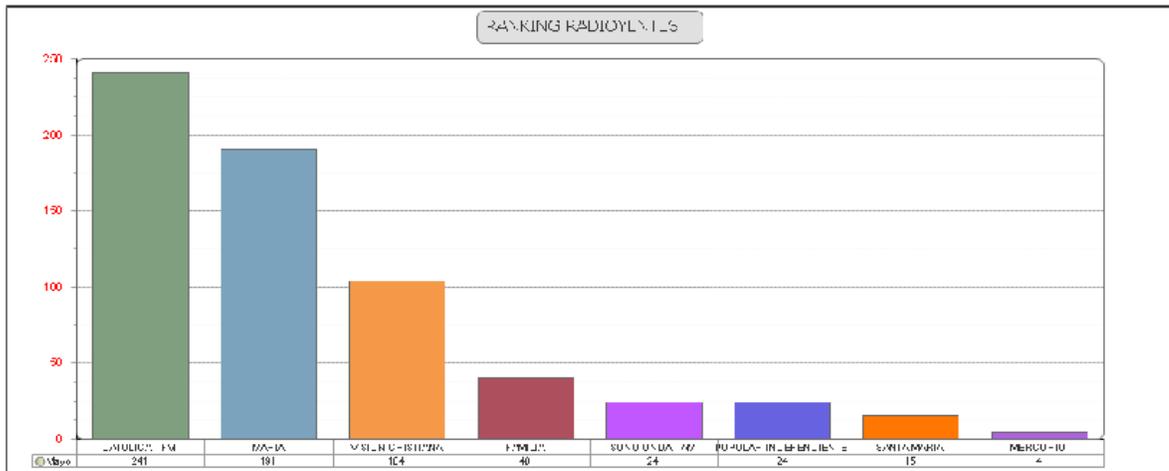
Las características que tiene la audiencia de este programa son por lo general hogares que necesitan de ayuda y orientación para superar las crisis que se presentan en las familias.

Según la evaluación del ranking de audiencia elaborado por Mercados y Proyectos, en mayo de 2011. El programa “Reflexiones en Familia de radio Católica Cuenca, tiene mayor sintonía con relación a otras emisoras que presentan programas educativos-religiosos, en el horario de 15h00 a 16h00.

PLANIFICADOR Y EVALUADOR DE RADIO



Ciudad: Cuenca Frecuencia: AM,FM
 Mes: Mayo Días: Lunes a Domingo
 Nivel: Bajo
 Edades: 06 a 11, 12 a 17, 18 a 24, 25 a 30, más de 40
 Sexo: Masculino, Femenino
 Género: Religioso/Católicos
 Horas: Todas las Horas



Fuente: MERCADOS & PROYECTOS S.A. MERCAPRO TEL:245260
 Uso exclusivo: Empresa: CATOLICA CUENCA Usuario: catolicacuena

Fecha: 02/08/2011 09:16:57
 Medición: Mayo

ALUMNAS:
 SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
 CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

-Cómo está planificado el Programa:

Este programa radial surgió de la necesidad de ayudar a superar las crisis familiares, de pareja y los conflictos que tienen los jóvenes, pues según los productores del programa lo que pretenden es llegar a los padres de familia con mensajes de reflexión y enseñanzas para que éstos puedan criar y educar de mejor manera a sus hijos, para que en el presente y futuro estos niños y jóvenes puedan ser personas de bien.

1. Locutores:

La dirección, presentación y locución está a cargo de los esposos Carlos Cabrera y Teresa Cantos y en ocasiones cuentan con el apoyo de Sandra Vergara.

2. Distribución del Tiempo del Programa.

El programa “Reflexiones en Familia”, tiene una duración al aire de 60 minutos los mismos que son distribuidos de la siguiente manera:

SEGMENTOS	TIEMPO
Presentación pregrabada del programa , música que identifica al programa y saludo	5 minutos
Anuncio del tema y desarrollo del mismo	10
Cortina musical	4
Avanza el desarrollo del tema	25
Cortina musical	5
Conclusion	10
Despedida del programa.	6
TOTAL	60 minutos

Fuente: Programa “Reflexiones en Familia”
Elaboración: Sandra Amaya y Carmita Lazo.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Esta distribución es sencilla, pues solo se presentan tres segmentos que consisten en: el primero comprende la presentación y exposición del tema, se hace una pausa musical; en el segundo bloque continúa el desarrollo del tema se matiza con otra melodía y proceden a concluir el tema y finalizan con la despedida.

No cuentan con un guión que les permita llevar de mejor manera la dirección del programa, sin embargo unos minutos antes de la transmisión, se ponen de acuerdo con el técnico de sonido para indicarle qué música debe colocar y en qué momento.

1. Recursos Técnicos y Materiales: Cuentan únicamente con material bibliográfico para fundamentar su exposición. Llevan a la cabina del aire una libreta para apuntes y la biblia de donde extraen pasajes que tienen relación al tema del día.

2. Publicidad: No cuentan con auspicios publicitarios.

3. Producción: la mayoría de las emisiones se las realiza en vivo y en directo, pero en ocasiones también realizan programas pre-grabados, esto ocurre cuando no pueden asistir a la emisora por diferentes circunstancias relacionadas con su actividad profesional fuera de la radio.

4. Temas: De acuerdo a la orientación de este programa se abordan diversos temas de superación personal, de pareja, autoestima, crianza de los hijos, valores morales, integración familiar, etc., para lo cual escogieron a radio Católica por ser una emisora social, religiosa y educativa.

5. Tiempo Empleado en la Preparación del Programa:

Para la planificación, los productores del programa investigan la literatura existente en Homini, con el fin de contar con más argumentos sobre el tema, esta

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

actividad la realizan un día antes del programa y les lleva aproximadamente 3 horas cada semana.

ANALISIS DEL PROGRAMA:

-Títulos o Temas de las 12 Emisiones Analizadas:

1. Límites que deben tener los padres para sus hijos.
2. Secretos para un hogar feliz.
3. Los jóvenes de esta generación.
4. El edificio del matrimonio.
5. Seremos juzgados en el amor.
6. La incomunicación.
7. El amor valora.
8. El buen humor en familia.
9. Que hacer o que no hacer en el matrimonio.
10. El resentimiento aísla la comunicación en familia.
11. Formas en que el esposo hiera a su esposa.
12. Los hijos y el internet.

De acuerdo a la orientación que tiene el programa, es decir, la reflexión familiar, los temas que hemos analizado desde el mes de julio a octubre de 2011 (12 programas) podemos indicar que son llamativos y están de acuerdo al objetivo planteado.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

* Formato de las emisiones:

El formato que utilizan es el diálogo didáctico, pues los presentadores mediante una conversación explican determinado tema, comentan el mismo y dan consejos, también utilizan la charla creativa en donde explican vivencias y buscan entablar una comunicación con los oyentes, mediante las llamadas telefónicas.

Utilizan el género educativo - religioso, porque instruyen a los padres de familia en valores morales, temas de superación personal, entre otros, lo que va de la mano con enseñanzas católicas, para que sea replicado en cada uno de sus hogares.

LA REALIZACIÓN:

- Calidad técnica:

- 1) **Música:** Durante los 60 minutos de programación, se colocan dos canciones lo que nos parece adecuado, porque no es escasa ni abundante, esto hace atractiva y algo dinámica la emisión, los temas musicales que son de tipo religioso o común, van de acuerdo al tema abordado, por esto decimos que la música utilizada cumplen la función reflexiva, porque estimula a los perceptores a recapacitar, pensar y analizar el mensaje emitido.
- 2) **Efectos o sonidos:** Las distintas emisiones de este programa radial, carecen de los efectos de sonido, de silencios, ambientación sonora y ruidos.

La calidad sonora es audible, no tienen interferencias técnicas, el nivel de sonido es uniforme.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



- Calidad interpretativa:

a) El lenguaje:

Que utilizan los presentadores del programa para llegar con su mensaje, podríamos decir que es una mezcla del lenguaje emotivo, el apelativo y el de contacto; al expresar sentimientos o deseos mediante los cuales pretenden una reflexión para que se dé un cambio positivo en su audiencia, se transforme su forma de pensar o refuercen sus ideas o valores morales ya establecidos.

El discurso radial aplicado en este programa, no cae en el lenguaje vulgar ni en el científico-técnico, más bien está orientado al ámbito educativo no formal, en donde al hacer uso de los recursos antes mencionados, se logra una fluidez en la exposición; todo esto permite llegar de manera más fácil al público al cual va dirigido el programa, es decir: a niños, jóvenes, adultos y adultos mayores de las diferentes clases sociales.

A demás estimulan a su audiencia para que participen con llamadas telefónicas y así formen parte activamente del programa, al dar a conocer sus inquietudes y opiniones sobre el tema tratado.

b) Locución:

Escuchamos una locución natural, con cierta claridad, sencilla, un grado de agilidad aceptable; lo que permite una comprensión adecuada del mensaje que pretenden transmitir. Según la forma como analizan los temas y el tratamiento que le dan a los mismos; podemos clasificarlos dentro de los Locutores Comentaristas, porque demuestran ser personas preparadas, lo que les permite comentar y exponer con fundamentos las distintas temáticas de interés familiar y social.

La locución del Sr. Carlos Cabrera, es segura, transmite credibilidad, sin embargo le hace falta un poco más de dicción, vocalización y articulación, que le daría elegancia a su expresión oral, una locución clara y acogedora. Además debería

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

elevar un poco más el tono de su voz, para que se dé un equilibrio con la voz de su acompañante en la locución

Locución de la Sra. Teresa Cantos: Se la escucha con una buena dicción y vocalización, tiene un registro de voz particular (alta), clara y modulada, que le facilita remarcar y hacer llamativas las palabras y frases lo que deja percibir seguridad y credibilidad.

Al intercalar una voz femenina con una voz masculina crean un matiz agradable al oído, pues da armonía al programa.

c) Análisis Estilístico de los mensajes:

A continuación analizamos fragmentos de 3 programas, en dónde hemos encontrado los siguientes recursos expresivos que les permite a los locutores enfatizar y detallar el contenido de los mensajes, mediante un estilo sencillo para atraer a la audiencia.

RECURSOS EXPRESIVOS MÁS UTILIZADOS EN EL PROGRAMA:

- | | |
|--------------------------------|--------------------|
| 1. Universalización. | 11. Hipérbole. |
| 2. Generalización. | 12. Inclusión. |
| 3. Tópicos. | 13. La pregunta. |
| 4. Redundancia. | 14. Amplificación. |
| 5. Personalización. | 15. Atenuación. |
| 6. Despersonalización. | 16. División. |
| 7. Amontonamiento de palabras. | 17. Antítesis. |
| 8. Comparación. | 18. Antonomasia. |
| 9. Metáfora. | 19. La gradación. |
| 10. Sinécdoque. | 20. Hipérbaton. |

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

EJEMPLO 1.

Programa Reflexiones en Familia

Fecha: 25, agosto 2011

Tema: "Límites que deben tener los padres para sus hijos"

(Sr. Cabrera) ⁽⁴⁾**Los deslices de nuestros hijos, los enojos, las malas conductas de nuestros hijos, sus malas crianzas** poco a poco ⁽¹⁾**los padres son manipulados**, entonces de allí viene que... ciertamente los padres comienzan a temer a los hijos y es una gran verdad, ahora hay ⁽¹⁾**padres que tienen mucho miedo a sus hijos** se vuelven ⁽⁸⁾**como ratones cuando ven a un gato** ⁽¹³⁾**¿y por qué?**, porque los hijos ⁽⁷⁾**gritan, se ponen rebeldes, se ponen frente a frente, insultan**, y de allí que el padre, ⁽¹³⁾**¿qué es lo que hace?** Dejar que hagan lo que se les venga en gana, ⁽⁹⁾**“les sueltan las riendas”**, con tal que les dejen tranquilos, y eso no debe ser así. Entonces yo creo que ⁽¹²⁾**nosotros los padres** es importantísimo formarnos para empezar a poner límites”.

(Sra. Cantos) “Y es que un padre sin carácter y sin autoridad es difícil que consiga ⁽⁹⁾**“domar”** de alguna manera el carácter de sus hijos, para que se conviertan en ⁽⁹⁾**mansas palomas y no en lobos feroces**, quiero decir que conforme van creciendo nuestros hijos cuando ⁽⁷⁾**son bebés, luego niños, jóvenes y llegan a la adultez**; van teniendo diferentes necesidades, piensan de manera distinta, nosotros como padres tenemos la obligación de adaptarnos a ellos a su realidad a su entorno, para guiarlos a la luz de los valores espirituales y moral, de esta manera ⁽⁵⁾**su hijo** vivirá eternamente agradecido ⁽⁵⁾**con Ud.**, pero si el padre o la madre, le dice a su hijo ¡no! a todo, con el fin de mantener el control, para que no le ⁽⁹⁾**“pise el poncho”** como dicen, van a perder para siempre a su hijo o hija. El padre que ama a sus hijos, busca apoyo se educa, se instruye, pero ⁽²⁾**aquel**

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

padre que no ama a sus hijos no le interesa nada y se queda con los ⁽⁹⁾ brazos cruzados”.

¿CÓMO SE DICE?:

En este ejemplo observamos la redundancia, es decir la repetición de palabras o frases con el fin de insistir en algo para que exista una mejor comprensión de este mensaje o para atraer la atención de sus oyente, también está presente la universalización en donde se emiten juicios que generalizan a todos los miembros de un conglomerado social, como por ejemplo: “los padres son manipulados”; comparación, utilizada para relacionar elementos y establecer diferencias o similitudes que existen “como ratones cuando ven a un gato; La pregunta se realiza para que el receptor medite sobre la interrogante planteada, por ejemplo, ¿y por qué?; enumeran detalles o cualidades para resaltar una acción, “los hijos gritan , se ponen rebeldes, se ponen frente a frente, insultan”; las metáforas son utilizadas para resaltar el mensaje “mansas palomas y no en lobos feroces”; se dirigen de manera personal al utilizar “su hijo” y “con Ud.” y también se valen de la vía del ejemplo al partir de un caso del cual generalizan una situación “aquel padre que no ama a sus hijos no le interesa nada”.

¿QUÉ SE DICE?:

Mediante la utilización e incorporación de estos recursos y la sucesión de las distintas figuras literarias, se promueve la reflexión en los padres de familia para que estos fijen límites en las actividades y procedimientos de sus hijos, tanto dentro del hogar como fuera de él, con el fin de evitar la rebeldía, la falta de respeto y eludir situaciones incontrolables en el seno familiar, de esta manera realizan un llamado de atención, a los padres para que éstos se auto-eduquen y sepan que el corregir y controlar los excesos de sus hijos no lo lograrán mediante los gritos , las represiones o la negativa a darles permiso para que hagan una u otra cosa, sino

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

más bien deben adaptarse a su realidad y su entorno, pero siempre guiándoles bajo las normas morales y espirituales.

EJEMPLO 2.

Programa: Reflexiones en Familia.

Fecha: 6, octubre, 2011

Tema: “Los jóvenes de esta generación”.

(Sr. Cabrera) ⁽¹⁾ **No es tan fácil ser padres** en este ⁽¹⁴⁾ **tiempo muy, pero muy difícil, que estamos viviendo**, para eso debemos tener en cuenta principios básicos como el amor, porque los niños pueden ⁽⁹⁾ **“vivir sin pan, pero no sin amor”**, lo más importante que ⁽¹²⁾ **podemos hacer** por nuestros hijos, es manifestarles nuestro amor, decirles que son valiosos, que no estorban”.

(Sra. Cantos) “yo creo que estamos viviendo ⁽¹⁴⁾ **una generación bastante suicida, cada día aumenta el número de niños y adolescentes que se quitan la vida**, algunos hundidos en la depresión, otros han escogido el camino del ⁽⁷⁾ **cigarrillo, el alcohol, las drogas, la delincuencia**, para mitigar de alguna manera la soledad en la que viven y esto no es nada bueno, debemos hacerles que ⁽¹⁷⁾ **distingan lo bueno de lo malo**, entregándoles valores morales. Los ⁽¹⁾ **instintos suicidas de los jóvenes** se ponen de manifiesto al practicar los deportes extremos en donde los muchachos se lanzan al vacío de alturas tremendas y sujetos con una cuerda, o cuando ⁽¹⁴⁾ **manejan los carros a velocidades exageradas, en donde pisan el acelerador hasta el fondo para no correr sino volar en las competencias**, para ellos ⁽⁹⁾ **“no hay ni Dios ni Ley”**, sencillamente ellos viven por vivir, claro esas actividades nos ponen ⁽⁹⁾ **“los pelos de punta”**, estos juegos no son normales.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

(Sr. Cabrera) “Y ⁽¹²⁾ **nosotros como padres** ⁽⁶⁾ **debemos guiarles**. Porque si existiera amor y autoridad en casa los chicos empezaría a caminar con la moral en alto, pero cuando no hay ese amor en casa, los muchachos lo ⁽⁷⁾ **buscan en la calle, en las pandillas, en las drogas, en el cigarrillo, en el placer desenfrenado**. Dios nos dio a los ⁽⁴⁾ **hijos para que los cuidemos, los administremos, los guiemos** pero hoy en día los padres abandonan a sus hijos por cosas materiales, no se les dedican el tiempo que merecen, y si les dan tiempo, éste es de poca calidad”.

¿CÓMO SE DICE?:

En este fragmento encontramos la universalización que entrega un juicio de valor a determinado grupo social “no es tan fácil ser padres”; se resaltan hechos o acciones a través de la amplificación “tiempo muy, pero muy difícil que estamos viviendo”; enfatizan lo que quieren decir con el uso de las metáforas, las cuales pretenden logra un acercamiento con su audiencia “vivir sin pan, pero no sin amor”; para esto también los locutores se incluyen en el discurso “podemos hacer por nuestros hijos”, se valen de la ampliación para resaltar un acontecimiento, utilizando adjetivos calificativos “una generación bastante suicida, cada día aumenta el número de niños y adolescentes que se quitan la vida”, el amontonamiento de palabras se da mediante la enumeración de detalles, o cualidades, que resaltan una acción “el cigarrillo, el alcohol, las drogas, la delincuencia, para mitigar de alguna manera la soledad”, con la antítesis, hacen referencia al polo opuesto de las cosas “distingan lo bueno de lo malo”; los locutores se incluyen en el discurso “nosotros como padres”, además utilizan la despersonalización al manifestar “debemos guiarles”, así como también la reiteración de palabras o frases para insistir en la comprensión del mensaje “hijos para que los cuidemos, los administremos y los guiemos”.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

¿QUÉ SE DICE?:

En el análisis de este mensaje radial hacen alusión al materialismo, en donde los padres abandonan a sus hijos por el trabajo, la migración, el divorcio, en donde únicamente les entregan cosas materiales, dejando de lado la entrega de tiempo y amor lo que provoca una crisis de valores en los jóvenes, en donde se destaca que actualmente se vive una generación suicida, porque los jóvenes practican deportes extremos, pues para ellos” no existe ni Dios, ni ley”, de allí que inducen a que los padres ejerzan la autoridad necesaria hacia sus hijos.

EJEMPLO 3.

Programa. Reflexiones en Familia.

Fecha: 7, julio 2011

Tema: “El resentimiento aísla la comunicación en la familia.

(Sr. Cabrera) ⁽⁸⁾”**El resentimiento es como el odio** ⁽⁹⁾ **que se encoje sobre el mismo sujeto,** ⁽⁴⁾ **se abroquela y reduce, se comprime y se contrae, se arruga se retuerce sobre sí mismo** mortifica sus últimos inter receptivos vitales, ósea quiere decir que el resentimiento es propio de la pequeñez del alma. ¿Sí me escucho, Teresita? Entonces eso es lo que dice el Dr. Oswaldo Cuadro Moreno en su libro, ⁽³⁾ **el resentimiento es propio de la pequeñez del alma** hasta podemos decir pidiendo por favor que nos entiendan que hay quienes no se atreven a odiar como es debido y perdón por la equivocada expresión y se reduce a una mezquina expresión del odio que es el resentimiento”.

(Sra. Cantos) “Yo creo Carlitos que ⁽¹⁾**el resentimiento , es una de las debilidades más comunes del ser humano** como dije en un principio pues a menudo vemos yo creo que también ⁽¹²⁾**nosotros en algún momento de nuestra**

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

vida, hemos sido víctimas del ataque de este resentimiento, porque ciertamente a mí me gusta mucho una frase que le escuche decía pues que de alguna manera al verse el corazón que se ... ⁽³⁾**cuando el corazón se enturbia sobreviene un oscuridad del alma** de alguna manera viene una autodestrucción no solo del alma sino del ser por que ciertamente a través del rostro expresamos, lo que guarda nuestro interior y una persona llena de resentimiento no puede dar ⁽⁴⁾**dicha, alegría, felicidad**, lo que proyecta es ⁽⁴⁾**odio, amargura resentimiento** y es así que de alguna manera nos convertimos ⁽⁹⁾**en esclavos de ese sentimiento** y de alguna manera ⁽¹²⁾**nos sentimos manipulados** todo el tiempo”.

(Sr. Cabrera) “Ahora lo que yo digo, es que la persona se deja controlar por el resentimiento y eso es lo ⁽⁷⁾**sucede en mucho de nosotros, en la pareja en la familia en el trabajo en muchas partes y dentro de la iglesia, de un grupo, de la comunidad el resentimiento aleja.**

Otro de los signos que lleva el resentimiento el que dificulta claramente la comunicación una persona resentida tiende a bloquear interiormente para dialogar. Por eso el problema por ejemplo en los matrimonios, ⁽¹⁾**parejas que hasta el día de hoy no saben dialogar** y no quieren dialogar por quizá uno de los dos esta resentido cada uno vive su vida y ⁽⁹⁾**vive en el silencio del cementerio**, aquí ⁽⁴⁾**nadie conversa aquí nadie dice nada aquí no se hace bulla aquí no se pasa palabra** entonces por lo tanto nosotras debemos dejar esa actitud”.

¿CÓMO SE DICE?:

Se efectúa una comparación al utilizar la frase “el resentimiento es como el odio”; pero también aplican la metáfora, que es similar a la comparación para tener una mayor afinidad con los oyentes “viven en el silencio del cementerio”; se valen de refranes que son conocidos dentro de nuestra sociedad “el resentimiento es propio de la pequeñez del alma, la universalización se la utiliza para indicar que “el resentimiento es una de las debilidades más comunes del ser humano”; además se

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

incluyen en este sentimiento negativo al manifestar “nosotros en algún momento de nuestra vida, hemos sido víctimas del ataque de este resentimiento”; y enfatizan este defecto humano al redundar “odio, amargura, resentimiento” y con el amontonamiento de palabras, buscan resaltar la presencia de este mal en todos los individuos “sucede en mucho de nosotros, en la pareja en la familia en el trabajo en muchas partes y dentro de la iglesia, de un grupo, de la comunidad el resentimiento aleja”.

¿QUÉ SE DICE?:

En este fragmento del programa, se destaca que el resentimiento rompe la comunicación la cual es fundamental en la relación entre, padres-hijos, esposo-esposa; y al faltar este vínculo se llega a enfriar las relaciones familiares provocando la autodestrucción, se pretende el análisis por parte de los receptores para que contrarresten el resentimiento entregando cariño, amor, y felicidad dentro y fuera de sus hogares.

ANÁLISIS GLOBAL DE LOS 12 PROGRAMAS.

Una vez escuchados y analizados los 12 programas de “Reflexiones en Familia”, hemos transcrito fragmentos de 6 programas, en donde es notoria la ausencia de un guión, razón para que existe el hipérbaton, es decir, hay improvisación recurrente de ideas por lo que da pie a frases incompletas, sobre todo cuando explican, comentan y dan ejemplos del tema que abordan; sin embargo esta falencia es compensada con el material literario que les sirven de apoyo para exponer el mensaje.

Además observamos la utilización de varios recursos expresivos y figuras literarias como la universalización, la metáfora, el amontonamiento de palabras, la personalización, la redundancia, la inclusión, la pregunta, la comparación y la antítesis, entre otros, son los más frecuentes durante la locución mismos que permiten que el diálogo entre los locutores sea más atractivo, de mayor

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

comprensión y coherente , utilizando un lenguaje sencillo, claro, de palabras no rebuscadas sino más bien comunes que se las emplea en la vida cotidiana, para que el contenido del mensaje sea captado de manera apropiada en las personas y las lleve a la reflexión; se apoyan en el lenguaje redundante que es tolerante por su valor aclaratorio, también las metáforas, ejemplos y comparaciones logran de cierta manera graficar una imagen no visual en la mente del receptor, con la finalidad de mantener el hilo conductor del tema, para que el oyente permanezca atento y reciba adecuadamente el mensaje que desean transmitir los presentadores.

Figuras literarias como la ironía y el humor no se encuentran presentes durante los programas, pero lo que sí es común encontrar aquí son testimonios de vida y citas bíblicas que logran una conexión afectiva y familiar con sus oyentes.

Palabras más utilizadas por los presentadores dentro de las emisiones analizadas.

Esposos-Matrimonio 220	Hombre 48	Sociedad 14
Padres 198	Ira 45	Castigo 14
Educación 170	Amistad 45	Bendiciones 13
Hijos 120	Reconciliación 39	Egoísmo 13
Respeto 119	Fidelidad 36	Enfermedades 13
Amor 114	Machista 36	Paciencia 12
Dios 110	Mujer 33	Pandilla 11
Familia-Hogar 99	Delicadeza 32	Corazón 8
Comunicación 97	Incomunicación 30	Alma 8
Responsables 92	Oración 28	Susceptible 8
Persona 91	Comprensión 26	Aprender 7
Perdón 90	Valentía 22	Esclavitud 7
Confianza 86	Compartir 22	Consejo 7

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Resentimiento 84	Paz 21	Compasión 6
Alegría-Felicidad 84	Sobreprotección 21	Autoestima 6
Rebeldía 67	Ejemplo 20	Aislamiento 5
Maltrato 67	Actitudes 19	Inconsciente 5
Sembrar 61	Sinceridad 19	Reflexión 5
Jóvenes 60	Vida 18	Vicios 4
Tiempo 59	Palabras 16	Fortaleza 4
Virtudes 58	Valor 16	Personalidad 3
Buen trato 52	Caridad 15	Comparaciones 3

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CONTEXTO SOCIAL:

Esta sociedad moderna responde al momento histórico y a determinadas condiciones sociales y culturales que se han visto transformadas por las condiciones de vida de las personas, en donde, el padre y la madre hoy en día se dedican exclusivamente a trabajar y en varios casos deciden migrar a tierras extranjeras, fenómeno que surgió hace más de 25 años, con el fin de mejorar la situación económica de sus familias, esto trajo consigo la desintegración de los hogares, de esta forma los hijos han perdido el contacto afectivo de sus padres, quienes tratan de suplir su ausencia y la falta de amor, entregándoles cosas materiales.

Esta falencia que presentan los progenitores conlleva a que sus hijos busquen amor, cariño y comprensión en otras personas y en otros lugares no adecuados como son: las pandillas, malas amistades, la droga, en el alcohol, en el cigarrillo, etc. lo que desemboca en la delincuencia juvenil, embarazos precoces, el bullying, rebeldía, violencia, suicidios entre otros males que constituyen una verdadera crisis de valores.

Razón por la cual, en este programa se da especial tratamiento a los valores morales, a través de la utilización de ejemplos para graficar imaginariamente el mensaje que desean entregar ejemplo: “Un Ingeniero tiene un accidente laboral, una máquina le aplastó la mano, corre al hospital, le sacan una radiografía y ahí descubre que se le ha roto varios huesos, aunque se siente frustrado y dolorido, usó de buena gana sus ahorros para que le traten de colocar un yeso y luego con esmero cuida la mano durante los meses siguientes hasta que se restaure”

Con este ejemplo los productores del programa pretenden llevar a la reflexión, para demostrar que el trabajo es bueno, pero cuando éste se convierte en lo más importante para una persona, se convierte en algo negativo, porque provoca rompimiento del núcleo familiar, por ello es menester invertir tiempo dentro de la familia, para lograr una convivencia armoniosa.

También utilizan literatura del escritor Dr. Oswaldo Cuadro Moreno, quien tiene obras sobre temas relacionados con la familia y los jóvenes. Toda esta gama de

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

elementos enriquecen al programa radial para guiar las conductas, las prácticas y acciones que configuran los valores morales de las personas.

MANIFESTACION IDEOLOGÍA:

El interés por la conducta no adecuada que presentan los jóvenes de esta época no es algo novedoso, sin embargo esta situación es preocupante para la Iglesia católica, quien ha tomado la iniciativa de impartir mensajes evangelizadores que permitan rescatar los valores morales y religiosos, tanto en los púlpitos, que es la forma tradicional, así como también a través de los medios de comunicación social, en este caso la radio.

De allí que los productores del programa radial “Reflexiones en Familia”, que pertenecen a HOMINI, una institución internacional que trabaja en varios países de América Latina, para la formación y capacitación humanística a personas que necesiten de ayuda para mejorar las relaciones familiares.

HOMINI comparte los principios e ideología de la Iglesia Católica, por ello vieron en radio Católica, el medio más propicio para difundir sus conocimientos orientados a lograr la unidad familiar, basados en los valores morales, que guíen hacia un correcto desarrollo de la vida de los individuos; puesto que en la últimas décadas, han variado en gran medida dichos valores, presentando una amplia diversidad de opciones mal enfocadas, que llevan a los jóvenes al aislamiento, a ser individualistas en donde buscan su bienestar sin importar el de los demás, alejándose de Dios

Las normas y criterios que se expresan en este programa pretenden llevar a la reflexión familiar, sobre las malas conductas que practican los jóvenes, basándose en citas bíblicas, para lograr una explicación clara de los mensajes, por ejemplo: En uno de los programas citaron a “San Mateo cap. 25, versículo 40. En verdad les digo, que cuando lo hicieron con alguno de estos hermanos más pequeños, lo hicieron con migo, dice Jesús”, este pasaje bíblico fue puesto de manifiesto para que los padres den amor a sus hijos, y se evite el maltrato, porque de esta forma también estamos amando a Dios.

Sin embargo debemos aclarar que el mensaje no va dirigido exclusivamente a los jóvenes, sino más bien a los padres de familia, quienes son encargados de

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

sembrar los valores morales en sus hijos, a través de la enseñanza y del ejemplo. Porque de nada serviría buscar una reflexión en los jóvenes, si las bases de la familia que son los padres no practican los valores morales.

EL OYENTE Y LA EMPATÍA:

El programa va dirigido a todas las familias y en especial a aquellas que enfrentan problemas dentro de las relaciones entre padres e hijos, o entre esposos, por ello, los productores utilizan, como ya lo hemos explicado los recursos expresivos y literarios como la redundancia, la personalización y la vía del ejemplo, entre otros, para identificarse con su audiencia, en su exposición utilizan un diálogo sencillo y natural que permite que el mensaje llegue con claridad provocando en el oyente cierto grado de meditación, lo que pudimos comprobar al momento de los contactos telefónicos, en donde la audiencia comparte con los presentadores y el resto de oyentes sus experiencias, preocupaciones y problemas para encontrar de manera conjunta las soluciones más adecuadas.

Es decir existe un grado aceptable de empatía por parte de los jóvenes con este programa, afirmación que la sustentamos en base a los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los jóvenes de 15 a 20 años de la parroquia Totoracocha.

DISPONIBILIDAD DE RECURSOS:

a) Recursos Técnicos.

Radio Católica cuenta con recursos técnicos adecuados como son: 3 cabinas de producción, una cabina del aire, y la cabina de control, cuentan con 3 computadoras para producción y una en cabina central, existen 3 consolas para producción y una master, la cabina del aire está adecuadamente construida para evitar los ruidos externos y para mejorar la calidad del sonido durante las emisiones, está equipada con 5 micrófonos, una computadora para buscar información en el internet todo esto para la producción y realización de

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

los distintos programas, de allí que los productores de “Reflexiones en Familia” tienen a su disposición los equipos para la emisión del programa.

b) Talento Humano: La presentación del programa está a cargo de los productores, cabe indicar que en ocasiones participa también una colaboradora. Cuentan con el apoyo del técnico de sonido de la radio.

c) Profesionalización:

El Director, productor y locutor del Programa Sr. Carlos Cabrera de nacionalidad ecuatoriana, tiene 58 años de edad, cuenta con un nivel de educación superior y la Sra. Teresa Cantos, productora y presentadora del programa de nacionalidad ecuatoriana, tiene 55 años de edad, tiene formación secundaria. Esta pareja de esposos trabajan para HOMINI (Institución de formación y capacitación humanística en América Latina), llevan 28 años asesorando a familia y jóvenes en crisis, así como también dan conferencias de superación personal en instituciones educativas, comunidades y de forma personal.

d) Recursos Económicos:

Para la puesta en marcha de cada uno de las emisiones, los productores del programa realizan una erogación económica de 30 dólares mensuales, por concepto de arrendamiento del espacio radial por una hora.

ASESORÍA FAMILIAR PERSONALIZADA DEL PROGRAMA “REFLEXIONES EN FAMILIA”.

Los esposos Cabrera-Cantos, productores del programa “Reflexiones en Familia”, complementan su programa radial “Reflexiones en Familia” con asesoría personalizada y conferencias dirigidas a familias, jóvenes, establecimientos educativos y comunidades que necesitan de esta orientación.

Su experiencia de cerca de tres décadas, les da el aval necesario para llegar y entregar mensajes de reflexión, que les sirve a las personas que atraviesan diversas dificultades en sus vidas, logrando que mantengan una mejor relación

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

entre esposos, padres e hijos, entre hermanos, etc., permitiéndoles obtener una mejor calidad de vida, guiada por los valores morales y espirituales.

Dentro del desarrollo del programa, la audiencia por lo general, efectúa llamadas telefónicas para solicitar ayuda personal, ya sea para sus hogares, instituciones o comunidad, en vista de que los temas tratados reflejan las vivencias cotidianas de cada persona, sus problemas, preocupaciones, tristezas, incertidumbres, inquietudes, así como también sus sueños, anhelos, y esperanzas.

De esta manera la Sra. Teresa Cantos, nos dio a conocer algunos testimonios de personas tanto de jóvenes como de parejas que a través de la asesoría personal, han logrado superar sus problemas.

“Tuvimos el caso de un joven que vivía con su abuela ya que sus padres emigraron a los E.E.U.U., situación que le causó mucha depresión ya que se sentía solo y no tenía con quién compartir sus problemas, al parecer su abuelita no lo comprendía y por eso se refugiaba en el alcohol a demás era muy rebelde, tenía problemas en el colegio con sus compañeros y profesores.

Un día su abuelita escuchó el programa y nos llamó, nos pidió que le ayudemos con su nieto que tomaba demasiado, nos dio la dirección de su caso y al día siguiente estuvimos allí, conversamos sobre por qué tomaba tanto, qué le pasaba y le fuimos dando mensajes de aliento, de esperanza le hicimos que vea la vida de una forma diferente en donde todo tiene solución cuando así se quiere. Este diálogo lo llevamos por algunos días y de a poco se vio el cambio de actitud en el joven, hace poco nos contó su abuelita que ahora vive con sus papás y tiene un buen trabajo.

Otro caso, pero esta vez de una parejita de recién casados Juan y Maribel, ellos era muy jóvenes y se casaron solo porque ella estaba embarazada, él trabajaba y estudiaba y ella se dedicaba a atender la casa, como eran muy jovencitos no sabían las responsabilidades que asumían, luego de corto tiempo esto se

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

convirtió en una lucha constante, él no tenía tiempo para nada, se sentía presionado, ella en la casa frustrada, de mal genio, no se comprendían, todo esto le llevo a él al alcoholismo, empezaron los maltratos físicos, entonces ella buscó nuestra ayuda, entonces nosotros les ayudamos a los dos, les dimos a conocer sobre el amor de Dios y así logramos que esta parejita madurara y no se separen, porque estaban a punto de divorciarse. Esto nos da mucha alegría, porque nos demuestra que nuestro trabajo no es en vano.”

4.3.2 RECOMENDACIONES PARA EL PROGRAMA “REFLEXIONES EN FAMILIA”

Este programa tiene falencias más de forma que de fondo, las mismas que destacamos a continuación:

1. El programa es transmitido una vez a la semana, lo que no es para nada recomendado porque quedan demasiados días entre un programa y otro, esto provocaría que la audiencia no recuerde los temas tratados en los programas anteriores, o lo que es peor, se olviden de escuchar el programa, por ello se debería transmitir, por lo menos dos veces a la semana, con el fin de lograr cierta continuidad y para mantener la fidelidad de sus oyentes.
2. La carencia de un guión o libreto dentro del programa hace que tengan cierta des-coordinación entre los locutores y el técnico de sonido. Es recomendable entonces que todos los programas cuenten con una guía que de fluidez y coherencia al programa evitando así el desorden, los titubeos y problemas técnicos como son los baches.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3. Al analizar el programa encontramos la carencia de recursos radiofónicos como: La entrevista a profesionales relacionados con los temas que abordan, con el fin de entregar más juicios de valor a la audiencia, además encuestas a la ciudadanía para conocer su opinión en torno a determinado tema, con lo cual, a más de las llamadas que reciben en vivo, se lograría la participación del público de la calle. Estas encuestas creemos que deben realizarse con anterioridad para poderlas editar y presentar un material de calidad para sus receptores.

Y finalmente, pero no menos importante, sería la utilización de uno de los formatos que en la actualidad ha quedado archivado por casi todas las emisoras de la localidad, nos referimos a los radio-dramas con lo cual se lograría representar la realidad o ejemplificar el tema abordado, este recurso es ideal para lograr en el oyente una mayor reflexión.

“Reflexiones en Familia” al ser un programa radial de carácter educativo no formal, no significa que debe tener un formato y tratamiento estrictamente serio, por ello, recomendamos hacer uso del humor con sentido crítico, alejado del mal gusto, recurso que puede aportar en gran medida al objetivo de educar en valores morales,

“Lamentablemente nos hemos acostumbrado a hacer programas con mensajes morales o de ética, aburridos y que la gente cambia de dial, pero yo creo que con una buena imaginación se pueden hacer programas de contenidos positivos, por ejemplo, con música, y otros elementos, que atraiga a la gente”.2 CARDENAS

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.

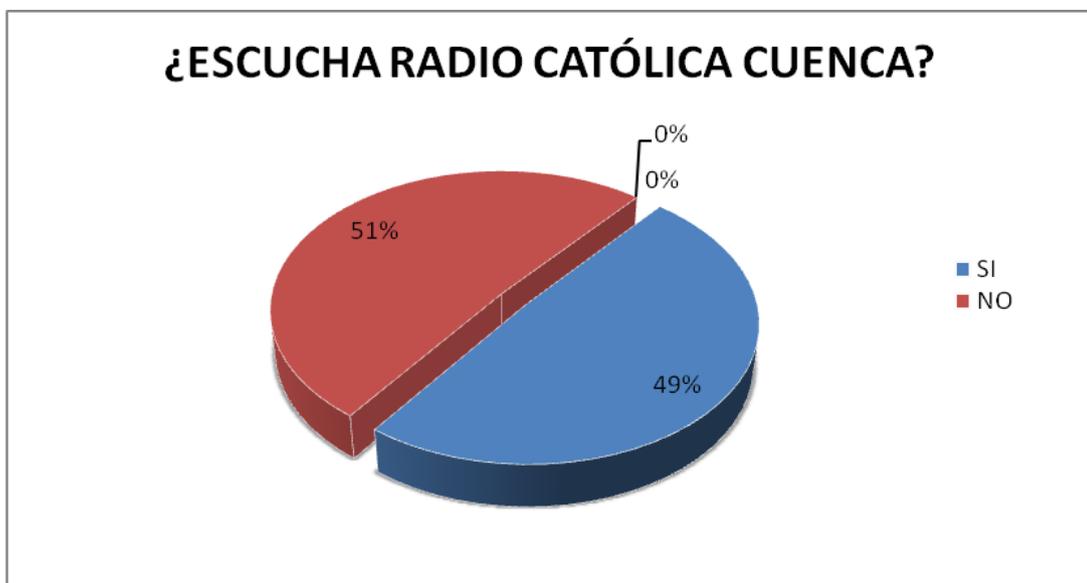


CAPITULO 4

4.1. Presentación e Interpretación de los Resultados de la Encuesta a los Jóvenes.

Para conocer cuál es la aceptación del programa “Reflexiones en Familia” de Radio Católica Cuenca, en los jóvenes, qué valores morales son los que más han escuchado en este programa, cómo el programa refuerza dichos valores, entre otras interrogantes, procedimos a obtener la muestra del 10% de un universo de 2.973 jóvenes de 15 a 20 años de edad, de la parroquia Totoracocha de la ciudad de Cuenca, basado en los datos del INEC 2010, es decir se aplicaron las encuestas a 297 jóvenes

GRÁFICO 1



Fuente: Jóvenes de Totoracocha.
Elaboración: Sandra Amaya y Carmita Lazo.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Encontramos que de los **297** encuestados los **152** de l@s jóvenes **no escuchan Radio Católica Cuenca**, lo que demuestra que, en un poco más de la mitad de los jóvenes, esta emisora no es aceptada, porque la parrilla de programación no contiene muchos espacios que llamen la atención a la juventud porque presentan programas en su mayoría de orientación y educación, quedando poco espacio para los musicales, y a los jóvenes les interesa más la música moderna, farándula, el enviar saludos a sus amigos del colegio y participar para obtener premios, como entradas a conciertos, etc.

En tanto que otros jóvenes no escuchan esta radio pues consideran que al ser una emisora de carácter religioso, toda su programación está orientada al culto y la oración, un prejuicio mal fundamentado, toda vez que esta emisora no tiene una programación exclusivamente religiosa como lo es, por ejemplo "Radio María", más bien presenta una parrilla cuyo 50% de programación se basa en el aspecto religioso-educativo y el 50% restante es programación variada.

Los porcentajes obtenidos de las encuestas, confirman las palabras del Director de la radio, cuando dice: " no somos los primeros en sintonía, pero sí, los primeros en credibilidad".

En cuanto que, los **145** jóvenes que **sí escuchan esta emisora**, lo hacen orientados por sus padres, porque consideran que es una radio formadora y educadora, además les gusta esta radio, porque aporta con mensajes espirituales que guían positivamente a su audiencia en momentos difíciles.

Otros jóvenes en cambio, manifestaron que sintonizan Radio Católica, porque encuentran en ella una cierta identificación por el servicio que prestan a la comunidad, a través de los diferentes grupos juveniles a los que pertenecen.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



GRÁFICO 2



Fuente: Jóvenes de Totoracocha.
Elaboración: Sandra Amaya y Carmita Lazo.

De los 145 jóvenes que **sí escuchan** la emisora, el **59% (86)** de ellos lo escuchan ocasionalmente, y el **8% (12)** lo sintonizan **rara vez**, porque a pesar de que consideran que el programa es positivo para su formación, no pueden escucharlo permanentemente debido a sus diversas ocupaciones estudiantiles y otras actividades que les impiden escuchar el programa en ese horario.

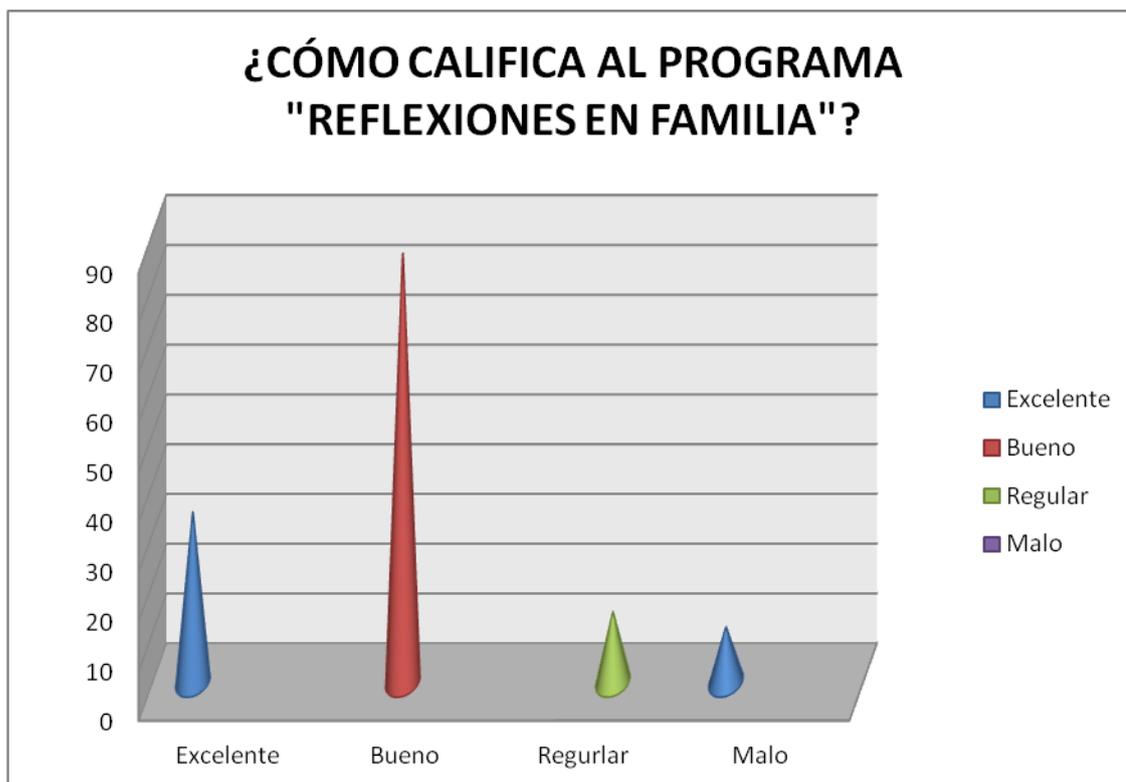
Mientras que el **23% (33)** lo escuchan **siempre** debido a que tratan temas relacionados con la preocupación juvenil de la época, tales como la falta de comprensión y afecto de los padres, la adicciones como la drogadicción, la delincuencia juvenil, etc., así como también la forma de llevarse mejor dentro de la familia y con sus amistades; esto les llama mucho la atención y les ayudan a encontrar soluciones a sus diversos problemas que les toca enfrentar en la vida, reforzando los valores morales que son entregados por sus padres.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Y el **10% (14)** **nunca** han escuchado el Programa “Reflexiones en Familia” porque no les ha causado ningún tipo de interés ni atractivo alguno.

GRÁFICO 3



Fuente: Jóvenes de Totoracocha.
Elaboración: Sandra Amaya y Carmita Lazo.

El **59% (86)** de los jóvenes que escuchan el programa, lo califican de **bueno** al programa “Reflexiones en Familia” porque el contenido de los mensajes que ponen a disposición del público radio oyente les permite reflexionar, superar dificultades familiares, encontrar soluciones a problemas que se presentan en el hogar con los padres, así como también a mantener una buena relación entre los miembros de la sociedad, guiados por los valores morales que programa tras programa los exponen e incitan a que los practiquemos en el desarrollo de nuestra vida.

ALUMNAS:
SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.

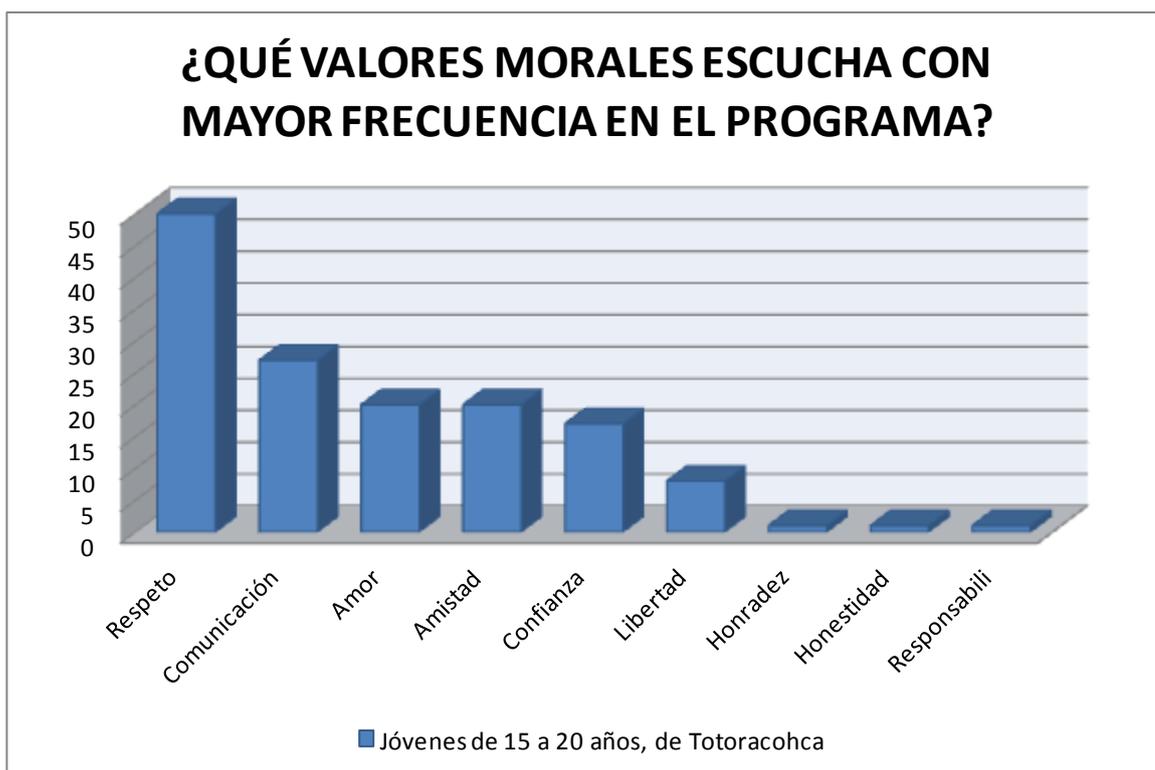


UNIVERSIDAD DE CUENCA

Por estas características, por la profesionalidad y la experiencia que tienen los productores, para tratar, exponer y analizar estos temas el **23 % (34)** de los encuestados califican de **excelente**, los temas son bastante interesantes y al poner en práctica los consejos que escuchamos, logramos mantener una buena relación con las personas dentro y fuera de la casa.

En cambio el **10% (14)** de estos lo califican de **regular** mientras que un **8% (11)** dicen que el programa es **malo**, porque no tiene el atractivo que los jóvenes buscan, le falta agilidad, algo de humor, es muy monótono por todo esto no atrapa la atención de la juventud.

GRÁFICO 4



Fuente: Jóvenes de Totoracocha.
Elaboración: Sandra Amaya y Carmita Lazo.

Este grafico hace referencia a los valores que más escuchan y transmite este programa, los jóvenes expresan ,que el **respeto** es uno de los valores más

ALUMNAS:
SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

escuchados con un **34% (50)**, seguidos por la **comunicación** con el **18% (27)**, el **amor** con un **14% (20)**, la **amistad** también obtuvo el **14%**, luego viene la **confianza** con un **12% (17)**, la **libertad** con el **5%**, y la **honradez, honestidad, y la responsabilidad**, comparten el **1%**, lo que trae como resultado que la base para toda relación familiar a decir de los productores es el respeto, porque si no se respeta a uno mismo como se puede respetar a los demás, este es el cimiento principal para lograr una vida armoniosa en busca del bien común.

GRÁFICO 5



Fuente: Jóvenes de Totoracocha.
Elaboración: Sandra Amaya y Carmita Lazo.

La mayoría, es decir **59** jóvenes, manifestaron que el **respeto** es uno de los valores que más escuchan en el programa y que éste lo practican en su vida diaria porque así se demuestra el grado de educación de cada persona, es muy importante dentro de la sociedad permitiéndoles vivir con tranquilidad, destacaron que primero deben tener respeto por ellos mismos, luego con sus padres, y en general con todas las personas sin importar edad, condición social o raza, pues “si respetas te respetan” según la reflexión de l@s jóvenes.

ALUMNAS:
SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

La **amistad**, es el segundo valor que **32** jóvenes encuestados indican haber escuchado con frecuencia y lo ponen en práctica, porque es un valor que les permite conocer a más personas con las que comparten sus alegrías sus tristezas, sus problemas y sus nuevas experiencias, por eso indicaron que la amistad debe ser cultivada; resaltaron que la amistad con sus padres también es fundamental para mejorar la relación y confianza con sus progenitores para contar todo hasta sus secretos.

El **15%** que corresponden a **22** jóvenes indicaron que la **comunicación** es básica para expresar sus sentimientos, deseos y no quedar se callados ante injusticias, pero también para escuchar y conocer lo que piensan las otras personas; la comunicación además les permite dialogar para resolver conflictos de una manera racional sin llegar a peleas y discusiones.

La **confianza** que es practicada por el **10% (15)** de los encuestados, les permite expresarse sin miedos ni temores, es la base para una relación familiar, les permita tener más unidad entre padres e hijos, con este valor se evitarían los problemas que tienen los jóvenes; finalmente señalaron que tener confianza en uno mismo es básico para alcanzar las metas trazadas en sus vidas.

El amor que está casi a la par de la confianza, es el que engloba al resto de valores morales, según dijeron los jóvenes, porque es un sentimiento que todos deben tener para poder entregar al prójimo, y dentro del hogar es muy importante para tener armonía.

Finalmente la **libertad** que es practicada por el **3%** de los jóvenes, quienes manifestaron que con la libertad les permite desarrollarse dentro de esta sociedad, evitando las barreras, pero reconocieron que existe una línea muy fina entre libertad y libertinaje, por lo que no se lo debe confundir.

De acuerdo a esta parte de la encuesta efectuada a los jóvenes de 15 a 20 años de edad, que viven en la parroquia urbana de Totoracocha, confirmamos la hipótesis planteada en nuestra investigación, es decir: El programa "Reflexiones en Familia de Radio Católica Cuenca" está asegurando y protegiendo la promoción de los valores morales, pues la mayoría de los

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

jóvenes manifiestan que al oír este programa, los valores morales aprendidos en sus hogares se consolidan aún más, esto les permite mantener buenas relaciones con la mayoría de las personas dentro de las diferentes actividades que realizan, obteniendo una vida más organizada y menos conflictiva.

GRÁFICO 6



Fuente: Jóvenes de Totoracocho.
Elaboración: Sandra Amaya y Carmita Lazo.

El 55% de los jóvenes indican que a la sociedad le interesa más el éxito económico puesto que al tener dinero se tiene todas las cosas materiales que se necesitan para vivir de manera cómoda. El 24% de los chicos consideran que la posición social es el segundo aspecto importante pues tiene relación con el aspecto económico.

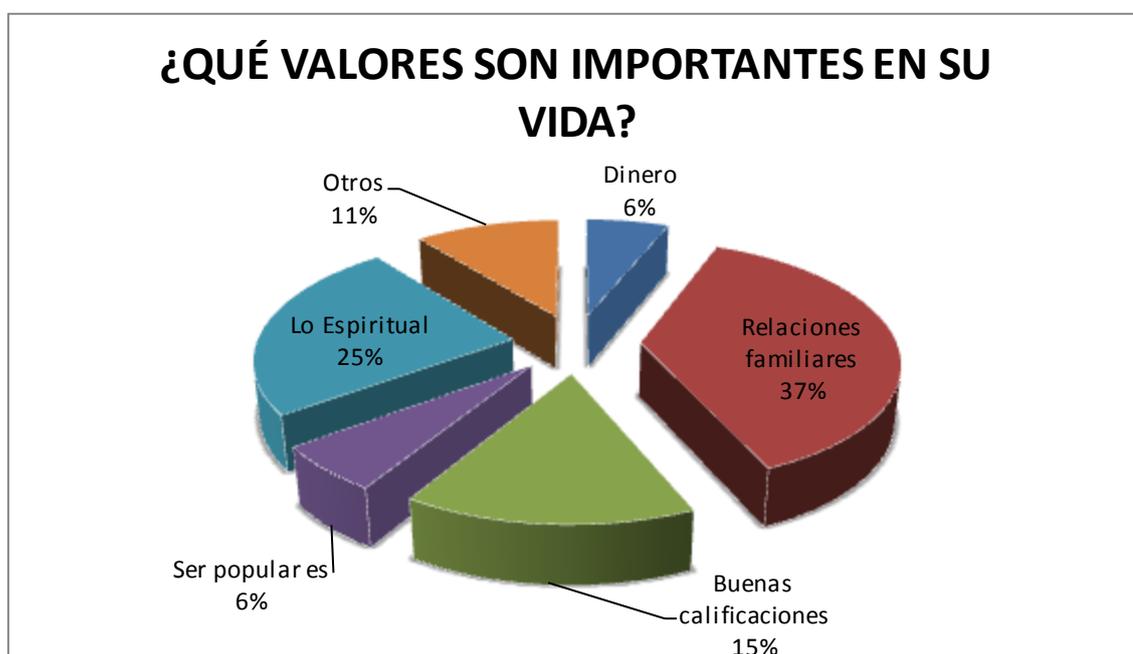
Tener buenas relaciones familiares ocupa el tercer lugar, pues el 13% consideran que la institución familiar es importante dentro de una sociedad. En tanto que la preparación académica y la salud entre otros aspectos son los menos importantes para la sociedad.

ALUMNAS:
SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



En resumen deducimos que los jóvenes califican a la sociedad de materialista, en donde las personas priorizan el dinero ya que éste les pueden entregar otros beneficios.

GRÁFICO 7



Fuente: jóvenes de Totoracocha
Elaboración: Sandra Amaya y Carmita Lazo.

Para el 37% de los jóvenes el principal valor en su vida, es una buena relación con su familia en donde se transmiten los valores morales, en donde encuentran seguridad. El segundo valor de importancia es el ámbito espiritual con el 25%, lo cual va relacionado con el ámbito familiar y es entendible porque la mayoría de hogares cuencanos profesan la religión católica.

El tercer lugar lo ocupa las buenas calificaciones, las que demuestran superación intelectual lo que complace a los jóvenes y a sus padres.

ALUMNAS:
SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



Con un porcentaje bajo, el 6%, se encuentran el ser populares y el dinero, esto evidencia que dichos valores no son tan relevantes para la mayoría de los jóvenes, como lo es para la sociedad, en donde sí se priorizan estos aspectos, a decir de los propios jóvenes.

GRÁFICO 8



Fuente: Jóvenes de Totoracocho.
Elaboración: Sandra Amaya y Carmita Lazo.

Este gráfico lo dice todo, pues el **97%** de los entrevistados (141 jóvenes), están convencidos que los medios de comunicación social (televisión, radio, prensa, etc.) tienen que presentar segmentos a través de los cuales se fomenten los valores morales, debido a que son medios eficaces y llegan a un gran número de personas incluidos los jóvenes, con ello se incentivaría a fomentar y practicar los valores a las personas que sí los conocen, pero que se olvidan de ponerlos en práctica; y sería muy bueno para aquellas personas que desconocen de los valores morales para que se informen y los apliquen para mejorar su calidad de vida.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Además ayudarían a rescatar los valores morales que actualmente se están perdiendo, ya que algunos medios de comunicación en lugar de contribuir a educar a la población, se dedican solo a presentar programas que deforman los valores, enseñando lo que no se debe aprender, deberían contener publicidad acorde a los valores, para que niños, jóvenes y adultos recapacitemos sobre la importancia que tienen estos valores en la vida de cada uno y de la sociedad en general.

Ningún entrevistados dijo no, a la pregunta planteada, pero el **3%**, es decir 4 jóvenes no respondieron a nuestra inquietud.

PREGUNTAS ABIERTAS.

PREGUNTA: ¿A su criterio que valor es el más importante para el desarrollo armonioso de nuestra sociedad?

RESPUESTAS: El Respeto es uno de los valores que señalaron como el aspecto más importante para el desarrollo de la sociedad, pues si no hay respeto por uno mismo, ¿cómo podemos respetar a los demás?, si no hay respeto entonces continuarán los problemas de racismo, xenofobia, exclusión social, etc.,

Pero no dejan de lado los demás valores como son la comunicación, la libertad, el amor, la amistad, la confianza y en general todos los valores morales que los debemos tener presente todos los días y usarlos para lograr una sociedad justa y solidaria.

CRITERIOS SOBRE LOS VALORES.

PREGUNTA: ¿Qué son para Ud. los valores morales?

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

RESPUESTAS: Son los que nos enseñan en nuestros hogares y que debemos practicarlos tanto dentro de casa como fuera de ella, los valores morales son indispensables para convertirnos en personas de bien, regulan nuestras actividades diarias, permitiéndonos vivir de una mejor manera con los demás, mediante ellos demostramos la clase de personas que somos, debemos practicarlos diariamente porque nos ayudan a tener un futuro tranquilo.

PREGUNTA: ¿Tiene alguna sugerencia para mejorar el programa “Reflexiones en Familia”?

RESPUESTAS: Que sean más dinámicas y atractivas para que no sea muy hablado y sea un poco más divertido, con más segmentos y si es posible que se realice siquiera 2 días a la semana.

Resumiendo podemos indicar que existen preferencias que tienen los jóvenes entre unos y otros valores pero que a pesar de ello éstos los ayudan a tener un mejor estilo de vida, y les hacen personas capaces de dirigir su vida de manera adecuada para contribuir positivamente a los cambios importantes en la sociedad.

Los resultados de las encuestas y sus estadísticas nos demuestran que los jóvenes sí conocen los valores morales y los practica, pues los consideran convenientes para su buen vivir. Valores tales como el respeto, amor, honestidad, confianza, comunicación, amistad, son parte de la vida de los jóvenes, logrando en ellos un crecimiento espiritual y personal, y si esta situación se va cada vez multiplicando en el resto de jóvenes, los problemas de moralidad en que se encuentra la sociedad actual, se irían resolviendo de forma paulatina.



4.2 PROYECTO DEL PROGRAMA RADIAL JUVENIL “EL ACOLITE”.

Es notoria la ausencia de programas orientados a la educación en valores que tienen la gran mayoría de las emisoras de nuestra ciudad, razón por la cual, es necesario que los diferentes medios de comunicación social contengan dentro de su parrilla de programación segmentos que fomenten y refuercen los valores morales.

De allí que ponemos a consideración un proyecto radial orientado a la educación y formación en valores, que logre mayor acogida en la audiencia juvenil.

PROBLEMATIZACIÓN:

La crisis de valores, es un problema social que se genera principalmente en los países desarrollados cuya mayor preocupación es la producción y el progreso materialista propio del sistema capitalista que se ha extendido de manera global hacia los países en vías de desarrollo, lo que sin duda es una verdadera amenaza para la humanidad, pues dentro de este sistema global se deja en segundo plano el desarrollo ético, humanístico y espiritual, pilares fundamentales para el óptimo desarrollo de la sociedad.

Estos factores generan en la juventud actual, conductas inadecuadas de poca o casi nula práctica de los valores morales y espirituales, que dan como resultado chicos inmersos en las adicciones, en la violencia intrafamiliar, delincuencia, sexualidad desenfrenada, embarazos precoces, discriminación, etc., problemas que se agravan por falta de amor de sus padres que en la actualidad dedican su tiempo únicamente a satisfacer las necesidades materiales de sus hijos.

Toda esta falta de valores morales que desemboca en una crisis social de valores, es un grave problema que no se soluciona con la represión de las fuerzas del orden público, con leyes drásticas, al contrario se genera más

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

violencia, tampoco la alternativa está en los mensajes de moral simples que se predicán desde los púlpitos de la Iglesia.

La posible panacea para este problema está en manos de cada uno de nosotros pertenezcamos o no a organizaciones no gubernamentales o gubernamentales, seamos católicos o laicos, padres de familia o solteros, etc., lo único que interesa es que tengamos conciencia ecuménica de que la educación y la práctica de los valores morales debe basarse en la nueva ética y el espiritualismo.

FUNDAMENTACIÓN O JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO:

Al determinar las causas que provocan la crisis de valores y cómo esta afecta a los miembros de la sociedad de manera especial a los jóvenes, es necesario que las entidades estatales (centros educativos, gobiernos autónomos, etc.), los medios de comunicación social, así como la institución familiar y la Iglesia, que tienen que ver con la solución de este problema, reorienten sus políticas, acciones, y metas hasta lograr resolver dicho problema.

La mayoría de los medios de comunicación social aportan de una manera negativa para que los anti-valores se arraiguen en la juventud más aún cuando no existe la orientación necesaria por parte de los padres de familia.

Por otra parte los maestros, se limitan a instruir, capacitar, y profesionalizar a sus alumnos para que en el futuro formen parte de esta sociedad del trabajo en donde se persigue únicamente el dinero, en los centros educativos se olvidan de entregar una educación en valores morales, humanos, que los ayudarán enfrentar y solucionar los problemas evitando así tomar decisiones erróneas. Ya no reciben ninguna preparación para la vida real que tendrán que enfrentar.

“Estas, cosas son las que acabarán con la raza humana: la política sin principios, el progreso sin compasión, la riqueza sin esfuerzo, la erudición sin silencio, la religión sin riesgo y el culto sin conciencia.” (Arana María José).

En este sentido, a través de Radio Católica Cuenca 98.1 FM se llevará a cabo el programa radial juvenil en valores “El Acolite”, el cual permitirá establecer,

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

conocer y promocionar mensajes eficaces para prevenir y disminuir la práctica de anti-valores, de allí que urge retomar la ética dentro de la educación y formación del ser humano, toda vez que la sociedad ha dejado de transmitir valores morales.

Es necesario contribuir con nuevas experiencias para analizar y plantear alternativas que permitan rescatar la espiritualidad que existe en cada persona y concienciar sobre la importancia de una transformación interior para superar con el amor, al materialismo y consumismo que lamentablemente caracterizan a esta sociedad moderna.

“El retomar la dimensión espiritual de la vida tal vez sea una de las transformaciones culturales más significativas del siglo XXI. Se trata de la conciencia de que el ser humano no es solamente parte del universo material, sino también Espíritu que se integra al Todo.” (Boff Leonardo).

ORIGEN DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS:



OBJETIVO GENERAL:

Concienciar a la población azuaya sobre la importancia de rescatar y aplicar los valores morales dentro de sus prácticas diarias, para ello se empleará una comunicación espiritual, ecuménica y humanística que logre un cambio profundo dentro de la sociedad.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Objetivos específicos:

- Promocionar entre los jóvenes los valores morales y hábitos positivos para que obtengan su plenitud como seres humanos, enfatizando en el desarrollo espiritual y autoestima de las personas.
- Brindar asesoría sicoterapeuta a los jóvenes que requieren de apoyo profesional, mediante consultas gratuitas.
- Integrar a los jóvenes de los niveles de educación secundario y universitario al programa radial para que sean parte activa y protagonistas del mismo.
- Capacitar, mostrar y dar a conocer, el origen de la crisis de valores en nuestra sociedad, para entender el ¿por qué? del comportamiento de las nuevas generaciones, cómo esto les afecta a sí mismos y a los que los rodean y buscar soluciones efectivas.
- Resaltar las historias de vida de los jóvenes que, mediante el programa radial y el apoyo profesional personalizado, lograron entender y superar sus problemas.

ACCIONES:

1. Se empleará géneros radiofónicos dentro del programa (radio-dramas, reportajes, entrevistas, etc.); se utilizará literatura de autoestima, superación personal y espiritual (PONER AUTORES); y la Biblia.
2. Se llegará a acuerdos con los profesionales (Sicólogos, Terapeutas, Doctores, etc.), para que brinden asesoría personalizada a cambio de publicidad.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3. Se efectuará convenios de cooperación interinstitucional con instituciones educativas, para la participación de los jóvenes dentro del programa.
4. Se invitará a profesionales al programa para que den a conocer el origen de la crisis de valores, sus consecuencias y soluciones.
5. Efectuar un seguimiento de los casos que se presentan en el programa para conocer su evolución y saber si se lograron los cambios esperados.

RESULTADOS ESPERADOS:

- a. Que los jóvenes lleguen a practicar una ética humanística y espiritual para que logren tener una vida armoniosa tanto individual como colectivamente.
- b. Que mediante ayuda profesional, los jóvenes puedan superar sus problemas y logren una evolución espiritual.
- c. Que los jóvenes se apropien del espacio radial para y aporten positivamente en conseguir una sociedad más ética.
- d. Que los padres de familia y maestros, eduquen en valores morales pero de una manera distinta basada en la nueva ética.
- e. Animar a otros jóvenes para que tomen la decisión de cambiar.
- f.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

MARCO LÓGICO DEL PROYECTO:

FIN

- Lograr que la juventud practique la ética humanística y espiritual para lograr a largo plazo una mejor sociedad.

PROPOSITO

- Lograr un espacio en el que la juventud pueda expresarse libremente y descubrir su espiritualidad para que refuerzen los valores morales y logren una vida equilibrada.

COMPONENTES

- Que los especialistas (psicólogos, doctores, terapeutas, tec.) brinden apoyo gratuito a los jóvenes en riesgo
- Que los jóvenes sean protagonistas activos del programa
- Capacitación de los productores y presentadores del programa.

ACTIVIDADES

- Contratos con profesionales para que presten sus servicios.
- Convenios de Cooperación interinstitucionales con las entidades educativas.
- Adquirir literatura, música y videos.

Medio de comunicación escogido para el programa:

De las diferentes radioemisoras que existen en Cuenca, escogimos a Radio Católica Cuenca, porque uno de sus objetivos es promover los valores morales y espirituales, lo cual nos da una apertura para llevar a cabo nuestro proyecto, en vista de que la mayoría de las radios comerciales no les interesa estos programas educativos, por ser poco rentables y de mínimo atractivo para el público.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- **Público Objetivo Principal del Programa “El Acolite”:** *son los jóvenes,* porque ellos y ellas se encuentran en una etapa llena de cambios, ambiciones, incertidumbres y en donde tratan de definir su personalidad, buscan su propia autonomía, dirigiendo y controlando su conducta, de acuerdo a su propia escala de valores, están aprendiendo lo que es la vida. Por ello se constituyen en presas fáciles, de los anti-valores que trae consigo este mundo materialista y consumista, esto les convierte en seres egoístas, individualistas, insensibles, llevándolos a tener situaciones conflictivas.

Público Objetivo Secundario: Está formado por los padres, abuelos y familiares que están a cargo del cuidado de los menores de edad, ya sea porque la mujer incursionó en el ámbito laboral dejando de transmitir la herencia ética; o la migración que ha convertido a los padres en simples progenitores, porque solo cubren las necesidades materiales, olvidándose del lado

Es entonces importante llegar con nuestro programa radial a este público secundario para dejar sembrado en ellos esa semilla de sentir y ver la realidad de otra manera, reconocerlos como seres humanos pero acorde a los cambios y necesidades emocionales de los niños y jóvenes que están a su cuidado lo requieren. De allí que urge retomar la ética dentro de la formación del ser humano, en vista de que la sociedad ha dejado de transmitir valores.

Estrategias para llevar a cabo el programa radial:

- Se realizará convenios de cooperación con instituciones educativas de nivel secundario y superior, con el fin de lograr la participación activa de los jóvenes como invitados del programa para que nos cuente desde su punto de vista sus experiencias, anécdotas y problemas, también como reporteros, productores y presentadores del programa. Esto a su vez permitirá la promoción tanto del programa como de la emisora.

- Se invitará al programa radial a profesionales de las distintas especialidades (sicólogos, sacerdotes, doctores, etc.), que estén relacionados con la

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

problemática de la juventud. Estos mismos profesionales paralelamente apoyarán con sus conocimientos de forma sistematizada a los jóvenes que necesiten de un tratamiento personalizado, para que entiendan las causas y consecuencias de sus problemas para que encuentren la manera correcta de resolverlos, pero alejados de los métodos caducos en donde se piensa erradamente que “la letra con sangre entra”.

- La literatura que se empleará serán libros orientados a la superación personal y autoestima, de autores como los brasileños Wayne W. Dyer famoso por “Tus zonas erróneas” y Paulo Coelho; Anthony Robbins, famoso por el libro “Despertando al gigante interior”, y el colombiano Walther Riso, entre otros; también se emplearán los pasajes de la Biblia.

- Para contar con una unidad móvil que será utilizada los segmentos “Te Caigo” (salidas en vivo desde lugares distintos), y “Los Tres Deseos” realizaremos canje publicitario con una cooperativa de radio taxi. De igual manera utilizaremos los canjes para obtener los premios del segmento “Los Tres Deseos”.

- Se efectuarán reuniones semanales para coordinar y preparar los temas del programa, y los diferentes segmentos del mismo, se designaran las funciones que desempeñará cada miembro del grupo, para los socio-dramas, seleccionar e invitar a los entrevistados, vox populi, etc.

- En principio el programa será transmitido de manera inter-diaria, para luego de una evaluación, se decidirá si se extiende a una emisión diaria.

Temas del Programa:

Eje Temático para el primer programa: *Salud Mental y relaciones Interpersonales.*

- Rechazo a la violencia psicológica y física en la familia (hombre-mujer, padres-hijos).

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Importancia de expresar los afectos y de tratar los conflictos de manera abierta.
- Manejo adecuado de las relaciones de autoridad entre padres e hijos.
- Necesidad de reforzar el auto estima de todos los miembros de la familia, en especial de los jóvenes.
- Involucramiento del sexo masculino en las relaciones afectivas.

Eje Temático para el segundo programa: *La Amistad, el tesoro más valioso.*

- Importancia de la amistad en el ser humano.
- Tips para diferencias entre una verdadera amistad y una amistad no sincera.
- Los padres ¿deberían ser amigos de sus hijos?
- La confidencialidad dentro de la amistad.
- ¿Jesús es el amigo que nunca falla?

Eje Temático para el tercer programa: Enfermedades de Transmisión Sexual en los Jóvenes.

- Infecciones de Transmisión Sexual ITS y VIH/SIDA.
- Prevención, monogamia y uso del condón.
- Reconocimiento de los síntomas.
- Tratamientos y curación.
- Comprensión y apoyo de quienes viven con el VIH.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CARACTERÍSTICAS FORMALES DEL PROGRAMA:

Horario: de 16h00 a 17h00 (4 a 5 de la tarde)

Duración: 60 minutos (una hora).

Frecuencia: Inter-diaria: martes, jueves y sábado.

Nombre: “El Acolite”.

Género: Magazín educativo.

Emisora: Radio Católica Cuenca.

Participación Público:

- **Antes de la emisión:**

-Indagar temas para ser abordados en el programa, mediante la línea telefónica o las redes sociales.

-Respondiendo las encuestas o entrevistas que los reporteros y los locutores realizan ya sea en la calle o a través del teléfono y redes sociales.

- **Durante la Emisión:**

Haciendo consultas a los especialistas, para opinar sobre algún tema de interés, para solicitar una canción o mandar un saludo ya sea vía telefónica, twitter, Facebook, correo electrónico.

- **Después de la Emisión:**

Los jóvenes que desean buscar ayuda para solucionar sus problemas, podrán solicitarla a los productores, para que éstos les contacten con los profesionales adecuado, este asesoramiento no tendrá costo alguno.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Locutores del Programa:

Una comunicadora Social no mayor a 40 años de edad y un joven universitario, se contara también con la participación de un estudiante secundario.

Estilo del Programa:

Cotidiano y de participación activa, el trato hacia el público será de respeto, confianza, alegre, coloquial y de cercanía; se apelará a la audiencia como amig@s o chic@s.

El programa se destacará por aplicar una ética híbrida, es decir se tomarán las enseñanzas bíblicas de la Iglesia Católica que permitan renacer el espiritualismo en el alma de cada individuo ya que depende de la propia persona el encontrar la felicidad. Y de la nueva ética mundial, se rescatará el respeto a los derechos que tienen las personas y la libertad que tienen cada individuo para decidir sobre lo es bueno para él o ella.

Por ejemplo: Si una chica tiene un embarazo no deseado, dentro de su derecho sexual y reproductivos tiene la libertad de elegir si continúa o no con la gestación, pues es su cuerpo y sobre él decide únicamente ella. Sin embargo si decide abortar, se le orientaría a tomar conciencia y se apelaría a su corazón, mediante pasajes bíblicos, testimonios de vida y la intervención de profesionales que le permitan tomar conciencia que tal decisión es un acto criminal, al matar a esa personita que también tienen el derecho a la vida. Otro de los efectos negativos de tal decisión, serían las secuelas físicas y psicológicas que deja el aborto en la mujer, y cómo esto afecta a su familia y a la sociedad en general.

El programa busca armonizar de forma más humana los cambios que se dan en los ámbitos sociales, políticos, económicos, cultural y espiritual, pero siempre guiados en los valores morales, en donde se priorice el diálogo en lugar de la discusión y la ofensa; el aceptar a las personas como son, en lugar de condenarlas y despreciarlas; mantener la libertad en la toma de decisiones, en lugar de imposiciones; la educación en lugar de la represión.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

A través de las palabras y mensajes que se emitan se sembrar el amor, la fe, y la esperanza en el corazón de los jóvenes, así se logrará hombres y mujeres más humanos que busquen el bien común.

Temas Musicales:

La línea musical del programa será variada y actual, de géneros tropical, romántica, rock, con el fin de enganchar auditivamente a los jóvenes y hacer más ameno el programa; también se utilizará música que contengan mensajes de reflexión (cantantes cristianos como Martín Valverde, Amparo Bermúdez) para reforzar los temas que se aborden en el programa, las canciones pueden ser de producción nacional y extranjera.

Estructura del Programa:

Los Formatos que se Utilizarán en el Programa son:

- Entrevista.
- Encuesta.
- Socio-drama.
- Reportaje.
- Comentario.
- Debate.

BLOQUES O SECCIONES DEL PROGRAMA:

DIAS	MARTES	JUEVES		SÁBADO
HORA			HORA	
16H00	Careta de entrada	Careta de entrada	11h00	Careta de entrada
16h00,49	Saludo, presentación, bienvenida, menú del programa y tema musical.	Saludo presentación, bienvenida, menú del programa y tema musical.	11h02	Saludo, presentación "Abre las pailas" (análisis de una canción)
16h07	Introducción del tema y	Introducción del tema y	11h07	Música que será

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

	Socio-drama	Socio-drama.		analizada
16h13	“el sabelotodo” (Especialista en el tema y llamadas del público.)	“el sabelotodo” (Especialista y llamadas del público.)	11h11	Lectura de cada estrofa, y análisis con público oyente.
16h27	“Te caigo” (encuestas en vivo)	“Te Caigo” (encuestas en vivo)	11h35	Conclusiones
16h31	Continúa entrevista	Continúa entrevista		
16h34	Música y publicidad	Música y publicidad	11h40	Pausa comercial.
16h39	“Ponte pilas” (noticias)	“Ponte pilas (noticias)	11h46	“los 3 deseos” (entrega de sorpresas a 3 participantes.
16h42	Música y publicidad	Música y publicidad	11h56	Consejito grabado, música, despedida.
16h46	“Peloteando” (deportes)	“Peloteando” (deportes)	11h59	Carátula de despedida.
16h49	“Está el Goce (Humor)	“Esta el Goce”(Humor)		
16h51	“Entre Panas” (farándula)	“Entre Panas” (Farándula)		
16h53	“El Consejito”	“El Consejito”		
16h54	Publicidad y música	Publicidad y música		
16h56	Despedida y careta final	Despedida y careta fin		

Recursos Técnicos y Materiales:

- Grabadoras, flash memory, computadora, teléfono.
- Solicitaremos autorización a la emisora para hacer uso de la cabina de edición y la cabina del aire.
- Copias de guiones y libretos.
- Agenda, esferográficos, y más suministros de oficina.
- Radio receptor, pilas.
- Buscar y seleccionar información para los temas inter-diarios, así como para los diferentes segmentos del programa y coordinar las entrevistas.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Vehículo para llevar a cabo los segmentos “Te Caigo” en vivo desde diferentes sectores de la ciudad y para cumplir “Los Tres Deseos”.

La Publicidad:

El financiamiento del programa se los realizará mediante publicidad de entidades públicas o privadas, comercios y prestadores de servicios. La publicidad que se incluya en el espacio radial, no deberá atender al pudor ni a la salud física y mental de las personas (cigarrillos o bebidas alcohólicas).

Producción:

Este programa se realizará en vivo y directo, con la ayuda de un guión radiofónico.

Evaluación del Programa:

Luego de un mes, de que el programa esté al aire, se efectuará una evaluación con todos las personas involucradas en el mismo, para conocer si se consiguieron los objetivos planteados y qué logros que se obtuvieron, así como también las fallas o debilidades que se presentaron con el fin de proponer soluciones o alternativas para mejorar el programa radial.

En lo posible se realizará un seguimiento de los jóvenes que necesitaron de ayuda profesional personalizada, para conocer si se está logrando rescatar a los jóvenes y sus valores morales.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CONCLUSIONES

- El problema ético en nuestra sociedad moderna obedece al desarrollo, modernización, evolución e influencia de los países desarrollados; que dan como resultado un cambio radical en los ámbitos político, social, económico, cultural, religioso, etc., lo que ha provocado el divorcio entre los individuos y los valores morales tradicionales.

- La denominada crisis de valores desencadena varios conflictos sociales tales como: violencia, delincuencia juvenil, adicciones, sexualidad sin límites, rebeldía, entre otros; los mismos que no se solucionan con la aplicación de más leyes drásticas, ni la represión a través de las fuerzas del orden que es una práctica común que aplican los gobiernos de turno.

El problema radica en el sistema social en el que vivimos, en donde hace falta se den políticas educativas orientadas al rescate de los valores morales, cívicos y espirituales, a la par la familia debe recobrar la institucionalidad que en los últimos años ha perdido con el fin de rescatar y poner en práctica los valores morales que serán aprendidos por sus hijos.

- Los valores morales no son estáticos, estos cambian y evolucionan a la par del desarrollo social, no obstante, las personas deben mantenerse alertas para que la esencia del amor, permanezca en el corazón de cada individuo haciéndolo más humano.

- Los medios de comunicación social no solo deben transmitir programas sin contenidos y superficiales que solo buscan la rentabilidad económica ya que

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

su responsabilidad social es entregar programas de calidad que eduquen, informen, entretengan y orienten a la población.

- El programa “Reflexiones en Familia” de radio Católica Cuenca, sí rescata y promoción de los valores morales en la familia, afirmación que la sustentemos en las encuestas realizadas a los jóvenes, quienes manifestaron practicar en su vida cotidiana los valores del amor, respeto, amistad, etc., que continuamente escuchan en dicho programa radial.

- Al analizar el programa “Reflexiones en Familia” descubrimos que la esencia de éste es positiva toda vez que busca rescatar a las familias y a los jóvenes en problemas a través de la comprensión y del entendimiento para buscar juntos la solución más adecuada ya sea dentro del programa o fuera de él a través de OMINI, Institución de formación y capacitación humanística. A pesar de esto el programa carece de amplia sintonía entre los jóvenes debido a que no contiene elementos comunicacionales que “enganchen” a este público objetivo, no existe la participación activa de los chicos en la producción y presentación del programa, existe cierta monotonía por la falta de segmentos y del humor.

- Un programa radial juvenil que eduque en valores, debería tomar en cuenta primero que los chicos deben ser los protagonistas, que sus conflictos deben ser tratados de una forma distinta a la tradicional, es decir, no se les deberá recriminar, criticar, juzgar, ni atacarles con represiones e impedimentos, sino al contrario, lograr un acercamiento a través de la confianza y comprensión de los presentadores y los profesionales que de forma sistematizada buscarán de manera conjunta la solución a sus problemas.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

RECOMENDACIONES

- Para que la ética retomen la importancia que tenían años atrás, es necesario que los padres de familia cumplan con el deber de educar en valores morales mediante el ejemplo, pues es muy difícil lograr, por mucho que se le diga o se le insista a un joven, que sea respetuoso con los demás, si lo que viven en su casa es el maltrato constante de su padre hacia su madre o viceversa, lo obvio entonces, es que el joven copie lo que ve en su casa, de allí que el mejor método para enseñar es el ejemplo.

- La criticidad debe ser promovida por los padres de familia ya que son los primeros educadores y transmisores de los valores a sus hijos, por eso es necesario que reglamenten el uso adecuado de los medios de comunicación, así como también compartir con ellos lo que observan, leen o escuchan, para luego analizar, comentar, y tomar acciones críticas de toda la información que reciben, para que estos tengan la capacidad de elegir lo que es correcto para el desarrollo de su vida y la convivencia con los demás.

- Los profesores deben, no solo instruir a sus alumnos en las áreas de las ciencias, sino también educarles en valores para que sepan cómo enfrentar los problemas que se presentan a diario en sus hogares, en los centros educativos, en el trabajo o en sus vidas personales.

- Los maestros dentro de sus labores pedagógicas se sirven de algunos medios de comunicación para reforzar sus enseñanzas, por ello deben guiar sobre el uso adecuado de los mismos, mediante ejercicios que estimulen la reflexión, el razonamiento y no ser espectadores pacíficos, acríticos, sino más

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

bien que les permita elaborar juicios personales y objetivos que los lleven a aceptar unos u otros programas ofrecidos por los diferentes medios.

- Los proyectos comunicaciones radiofónicos, que tienen por objetivo reforzar la práctica de los valores morales, deben ser elementos activos y no simples objetos de comunicación. Para ello se debe aplicar, técnicas y formatos radiofónicos que estimulen la participación de sus radioescuchas, ser dinámicos, ser claros, es decir evitar un lenguaje técnico, ser atractivos, mantener el humor sin caer en lo vulgar y ordinario para que causen impacto, atención y a su vez permitan comprender el contenido del mensaje; desechando lo monótono, lo complejo, lo serio; que lo único que logran es aburrimiento, falta de interés, provocando que el oyente se distraiga y no capte correctamente el mensaje. Es decir los programas radiofónicos deben ser de calidad para competir dentro de este mercado en donde existen varias emisoras que tratan de captar el favor de la audiencia.

- Es necesario que los medios de comunicación social presenten durante todo el día, capsulas que promuevan los valores morales para que vayan penetrando en el subconsciente de las personas y de esta manera lo pongan en práctica en sus acciones diarias.

- A su vez los productores deben conocer y respetar las exigencias de las familias presentando así un gran sentido de responsabilidad con la sociedad. Ningún mensaje que se tramita en los medios de comunicación social puede desinteresarse del ser humano, o imponerle un modo de pensar y de vivir en

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

contraste con su dignidad o alejarle de sus derechos u obligaciones como individuo y como miembro social.

- El que los medios puedan servir para contribuir o destruir la naturaleza del hombre, dependerá de la visión moral y la responsabilidad ética de quienes están implicados en el proceso comunicacional y de quienes lo reciben.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXOS

ANEXO 1

ENTREVISTAS



Entrevistado: Lic. Eliecer Cárdenas, Columnista de diario “El Tiempo” de Cuenca.

Tema: Medios de Comunicación Social y los Valores Morales.

¿Cómo frenar la cantidad de mensajes negativos que se emiten en algunos MCS?

Bueno, creo que eso hay que apelar a los propios medios ¿no?, yo creo que toda censura o todo control que venga de fuera es perjudicial en la medida que a veces puede pecar de injusto también es subjetivo, por ejemplo, calificar

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

hasta donde el que aparece una chica haciendo publicidad de helados, sea una propaganda sexista, para una persona que sea muy conservadora, el hecho de que la chica aparezca pues, ligera de ropa, puede ser una propaganda sexista y para otra persona más amplia puede no ser una propaganda sexista, entonces, yo creo que más bien hay que apelar a los propios medios de comunicación a que en base de su propio código, puedan auto regular estas situaciones, yo creo que sobre todo, hay que confiar en que cualquier error o cualquier situación que implique atentar contra estos derechos de las personas, por ejemplo, de las mujeres de los niños, etc. se pueda auto regularse y manejarse con la debida ética estos temas.

¿Se podría decir que desde los MCS se está fomentando la crisis de valores morales en la sociedad?

Los medios de comunicación son el reflejo de la sociedad, pero en ciertos programas existe un abuso de la crónica roja en donde se hace una especie de show, yo creo que esto hay que, no tanto prohibir, sino orientar para que estas crónicas puedan realmente tener contenidos positivos, por ejemplo, si se enfoca el problema de la gente que vive en condiciones insalubres, no se las puede hacer un show, sino justamente se debería optar por una denuncia social a fin de exigir una mejora. Igual en el caso delictivo, se puede tratar de orientar a las personas, por un lado a los delincuentes a que se regeneren o cambien de vida, por otro lado a la ciudadanía para que se protejan y tengan cuidado frente a la inseguridad.

¿Por qué en la mayoría de los MCS no fomentan los valores morales?

Bueno, lamentablemente el rating es el que domina ¿no?, por ejemplo un canal que inicia con programas como estos tiene gran rating, entonces el otro canal también como competencia tiene que entrar a eso, de lo contrario pierde ese espacio, pierde esos televidentes, entonces entra en una especie de lógica perversa ¿no?, inclusive pienso yo, en principio no pensarían así los directivos, pero en la práctica se están dando estos hechos.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

¿Esto quiere decir que los programas que emiten mensajes positivos, mensajes con valores morales, no cuentan con amplio rating, Lcdo?

Bueno, yo creo que a veces los programas con mensajes morales son muy aburridos ¿no?, lamentablemente nos hemos acostumbrado a hacer programas morales o de ética, aburridos y que la gente cambia de dial, pero yo creo que con una buena imaginación se pueden hacer programas de contenidos positivos, por ejemplo, colocando música y otros elementos, que atraiga a la gente y no únicamente enfocarle al aspecto de la violencia o al aspecto de los problemas sociales. .

¿Para llegar a los jóvenes con mensajes positivos que podrían hacer los MCS?

Yo creo que sí, por ejemplo, integrar temas como el rock que a veces es tratado con mucho perjuicio por parte de algunos medios de comunicación social y del propio estado no y entrar con programas mucho más interesantes No se trata de dar conferencias sobre la moral o poner algún experto en moral o ética para que nos hable a veces de eso, pues inmediatamente la gente sobre todo si es joven va a cambiar el canal y ver otra cosa ¿no?

.....



Entrevistada: Master en Psicología Olga Pulla Guerrero, Profesora del Colegio Garaicoa y encargada de la Vicaría de Educación de la Arquidiócesis de Cuenca.

Tema: Crisis de Valores Morales y Jóvenes.

¿Existe crisis de valores en los jóvenes?

Sí, si hay crisis de valores y podríamos buscar el origen, el origen está en la familia porque ésta es la formadora en valores y el colegio la escuela, lo que hace es complementar la formación de los valores que se dan en la casa y como la familia está en crisis, no podemos esperar cosas buenas de los chicos lamentablemente. Y aparte de esto existen papás que tampoco tuvieron la posibilidad de formarse en valores y lo que se vive en la casa, no son precisamente desde los valores y los chicos captan todo lo que se vive en su hogar, entonces hoy en día es una prioridad en la educación a nivel de familias prestar más atención en la formación de valores.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

¿Qué papel están jugando los MCS dentro de esta crisis de valores, están contribuyendo para que se fomente la misma?

Están orientando desde los valores, pero más desde los antivalores, por ejemplo, los chicos hoy en día están expuestos a los medios de comunicación social sin censura, los padres no les ponen límites, entonces los chicos están captando más esos mensajes con antivalores que los mensajes con valores que se les da en la casa o en la escuela o colegio. Antes se decía que los seres humanos éramos el 50% herencia de los padres y decíamos que un 25% era del ambiente, hoy en día ya nadie habla de este porcentaje, pues hoy es tan fuerte la herencia como el ambiente. Hay muchos estudios norteamericanos en donde dicen que el 75% de lo que yo soy depende del ambiente, y apenas el 25% soy lo que he heredado. El 75% de lo que un joven sabe no aprendió en la casa ni en la escuela, aprendió en el ambiente, llámese este barrio, grupo de amigos, pandilla y en esos ambiente no hay valores y si los hay están deteriorados. Los adultos no nos hemos comprometido a ayudar a los chicos, a guiarlos en los valores.

.....



Entrevistados: Teresa Cantos de Cabrera, y Carlos Cabrera, Asesores Familiares de HOMINI, por más de 28 años. Trabajaron por un año con jóvenes drogadictos y alcohólicos en el Centro de Rehabilitación CENTERAVIT (jóvenes con problemas) y en el programa “Reflexiones en Familia” de Radio Católica Cuenca.

Tema: Sobre el Programa “Reflexiones en Familia”.

¿Qué les motivó a realizar el programa “Reflexiones en Familia”?

Sr. Cabrera: Nos motivó el trabajar con las familias que necesitaban de apoyo, de ayuda y del mensaje de la evangelización, y vimos que, a través de la radio se podría ayudar a todas las familias que están en problemas en conflictos y dificultades y que necesita de apoyo. Al llegar con mensajes de reflexión en familia hemos visto que llegamos a los corazones de las familias, a quienes sí hemos ayudado para que no se separen, para que tengan una mejor relación con sus hijos, lo cual es bueno, pues más alegría es dar que recibir y tenemos la dicho de haberles servido.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

¿Por qué escogieron una emisora católica para transmitir el programa?

Sra. Cantos: Porque es una emisora que está en todas partes, en donde no llega la palabra de dios, por ejemplo, hay un lugar de Tarqui para adentro, en donde llega la radio, llega el programa y una familia que vive en un cerrito, no me acuerdo el nombre, aquí una señora nos dijo que cuando llega la hora del programa, se sientan a escuchar con toda su familia.

Es una emisora especial, tiene ese perfil necesario, apegado a la religión católica-cristiana, para llegar con nuestro mensaje a todas las personas. Además existe entre el personal esa hermandad, esa confianza que nos dan, con todo esto hay una confianza de familia, es una radio especial.

¿Qué tiempo lleva el programa al aire?

Sr. Cabrera: Tiene 5 años y tiene gran sintonía, porque en la radio Católica no existe censura y nos da libertad de expresar los temas que por cierto son centrados, que permite llegar al corazón de los miembros de la familia para que puedan asimilar los mensajes y ponerlos en práctica. Radio Católica es ideal para llegar con estos mensajes que tanto necesitan los miembros de una familia.

¿Por qué el programa se transmite una vez a la semana y por una hora?

Sr. Cabrera: Porque por motivos de trabajo no podemos ampliar el horario, nos falta tiempo, pero estamos organizándonos para en un futuro extender la programación a unas 2 veces a la semana, porque a veces nos queda corto la hora de programa.

¿Piensa que sería mejor realizar el programa de lunes a viernes?

Sra. Cantos: Pienso que sería lo ideal pues de esta manera existiría un contacto más diario con nuestra audiencia, pero realmente se nos hace imposible realizarlos todos los días.

¿Cuál es el objetivo del programa?

Sr. Cabrera: El objetivo es rescatar a las familias que se encuentran con problemas, transmitir valores morales y en especial transmitir un nuevo estilo

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

de vida, ese estilo de vida que puede ser difícil, pero que en realidad es sencillo; para esto nosotros utilizamos un lenguaje sencillo, para que entienda todas las personas nuestro mensaje, porque llegamos a todo tipo de persona

¿A qué segmento de la población va dirigido?

Sr. Cabrera: Va dirigido para todas las personas para instruidos, profesionales, obreros, domésticas, o no de la rural o ciudad.

¿Qué valores morales son los que más destacan en sus mensajes y por qué?

Sr. Cabrera: Uno de los valores morales es la honestidad, respeto y diálogo que nos valemos del valor cristiano para adentrarnos en los valores morales, en donde se requiere decisión para vivir los valores

Sra. Cantos: yo creo que este valor es uno de los que más se están perdiendo por parte de la juventud, porque no respetan a padres, profesores entre hermanos y amigos se da porque en la casa no hay valores, cuando papá y mamá se gritan cuando se dicen palabras que lastiman y los hijos son las esponjas que absorben estas situación desde pequeños desde allí comienzan a no respetar a papa ni a mama crecen con esta forma de ser llegan a la adolescencia y actúa de una manera rebelde antes no era así, en realidad esos valores se han perdido totalmente en nuestra sociedad sobre todo en la juventud,.

¿Cómo hacen Uds., para que los jóvenes que escuchan el programa aprendan los valores?

Sra. Cantos: Nosotros pensamos que primero debemos llegar primero a papá y mamá, porque los padres tienen primero que concientizarse sobre los valores que han perdido para que ellos tomen conciencia de que ocurre en su casa, con sus hijos. Sabemos que gran porcentaje de estos tipos de conductas se originan por la situación actual de la familia como institución, pues de nada serviría dirigir nuestro mensaje de manera exclusiva a los jóvenes si los pilares de hogar mantienen conductas inadecuadas como el irrespeto, el maltrato, el alcoholismos, entre otros males que destruyen a las familias y afectan la

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

formación y autoestima de cada joven. Si logramos un cambio en los padres, lograremos una juventud con valores, alejados del alcohol de las drogas y menos rebeldes, entonces lo que pretendemos es incentivar el diálogo entre padres e hijos. Y empieza a buscar ayuda, empieza a meditar y reflexionar y dice en verdad qué está pasando con mis hijos,

¿Qué temas abordan en el programa?

Sr. Cabrera: Abordamos temas como los valores, liderazgo de los padres porque hoy en día no lo es, abordamos sobre los conflictos emocionales e l dialogo conyugal, cómo tratar a hijos rebeldes, cómo dialogar con los hijos, temas de sanación interior para amar con facilidad y se liberen de esa vida emocional negativa, también abordamos el autoestima hacia los hijos.

¿Cómo está estructurado el programa?

Sr. Cabrera: Está estructurado de la siguiente manera traemos preparado el tema si vemos que es necesario invitar a alguien lo hacemos, en la parte de la música lo ponemos de acuerdo al tema también hay participación del público para preguntas que las respondemos o nos acompañan con su testimonio.

¿Qué aspectos negativos y positivos puede destacar del programa?

Sr. Cabrera: Para nosotros no parece bien pero ...La gente debe decidir sobre lo malo o lo bueno del programa aunque nosotros siempre tratamos de que todo vaya bien para que la persona no se sienta aburrida, cansada o defraudada.

¿Cuentan con un guión o libreto radiofónico?

Sr. Cabrera: No contamos con un guión lo que hacemos es prepararnos y aquí nos ayudan con lo que son los controles.

¿Cuál es la respuesta que tiene el programa por parte de la audiencia?

Sra. Cantos: La respuesta es muy buena por ejemplo una licenciada estaba escuchando en su trabajo y el momento en que dialogaron fue emocionante para mí y deje de trabajar para escuchar lo que Uds. hablaban porque me interesó mucho, entonces vemos que sí hay oídos afuera, parase que nosotros aquí sentados en la radio frente a los micrófonos decimos no nos están

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

escuchando pero al contrario nos llaman para felicitarnos o pedirnos consejos eso nos agrada saber que radio católica y el programa llega a todas partes es un alago en realidad, entonces sabemos que está llegando este mensaje a muchas familias hombre y mujeres hay un Sr. Mendieta que es un oyente que nos sigue y dice que hay mensajes que nos llega a nuestro corazón y muchas veces es como si Uds. conocieran nuestra vida y conocieran nuestros problemas y empiezo a darme cuenta de cómo mejorar y entonces dejo lo negativo y refuerzo lo positivo de lo que Uds. nos invitan a reflexionar, hay muchos matrimonios que hemos visto destruidas y hoy están consolidadas, tenemos llamadas de fuera y dentro de la provincia

¿Las personas que realizan el programa, son profesionales en Comunicación Social?

Sr. Cabrera: No somos profesionales en comunicación social pero estamos capacitados para dar estas charlas por parte de HOMINI y en la radio también nos han formado para estar en la radio nos han capacitado en modulación, vocalización. Y también nos autoformamos

¿Piensan que su programa, está aportando a superar la crisis de valores en los jóvenes?

Sr. Cabrera: Sí, porque La crisis de valores se puede superar, al joven hay que tratarlo con amor no con el palo ni el grito, al joven no hay que exigirle y eso no es así hay que servirlo bajarse a la edad de ellos hay que dialogar y ganárselo por el lado bueno.

Sra. Cantos: La experiencia más linda es servir al niño y que éste termine siendo un adolescente bueno y que no tomen un rumbo de vida mala, al joven hay que tratarlo con tino desde los hogares en donde deben estar presentes los valores entre ellos del amor solo así se tendrá jóvenes importantes se enseña que tengan un estilo de vida en donde se alejen del alcohol, las drogas.

Tuvimos el caso de un joven que vivía con su abuela ya que sus padres emigraron a los E.E.U.U., situación que le causó mucha depresión ya que se sentía solo y no tenía con quién compartir sus problemas, al parecer su abuelita no lo comprendía y por eso se refugiaba en el alcohol a demás era muy

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

rebelde, tenía problemas en el colegio con sus compañeros y profesores. Un día su abuelita escuchó el programa y nos llamó, nos pidió que le ayudemos con su nieto que tomaba demasiado, nos dio la dirección de su caso y al día siguiente estuvimos allí, conversamos sobre por qué tomaba tanto, qué le pasaba y le fuimos dando mensajes de aliento, de esperanza le hicimos que vea la vida de una forma diferente en donde todo tiene solución cuando así se quiere. Este diálogo lo llevamos por algunos días y de a poco se vio el cambio de actitud en el joven, hace poco nos contó su abuelita que ahora vive con sus papás y tiene un buen trabajo.

Otro caso, pero esta vez de una pareja de recién casados Juan y Maribel, ellos era muy jóvenes y se casaron solo porque ella estaba embarazada, él trabajaba y estudiaba y ella se dedicaba a atender la casa, como eran muy jovencitos no sabían las responsabilidades que asumían, luego de corto tiempo esto se convirtió en una lucha constante, él no tenía tiempo para nada, se sentía presionado, ella en la casa frustrada, de mal genio, no se comprendían, todo esto le llevo a él al alcoholismo, empezaron los maltratos físicos, entonces ella buscó nuestra ayuda, entonces nosotros les ayudamos a los dos, les dimos a conocer sobre el amor de Dios y así logramos que esta pareja madurara y no se separen, porque estaban a punto de divorciarse. Esto nos da mucha alegría, porque nos demuestra que nuestro trabajo no es en vano.

.....



UNIVERSIDAD DE CUENCA



Entrevistado: Lic. René Brito, Gerente de Radio Católica Cuenca.

Tema: Historia de Radio Católica.

¿Cuándo inició la transmisión radio católica Cuenca?

Radio Católica inició su transmisión un primero de abril de 1998 con la presencia de Monseñor Luis A. Luna Tobar, quien se desempeñaba como Arzobispo de Cuenca; esto sucedió luego de varios esfuerzos que realizó la Arquidiócesis y estuvo a cargo de la mexicana, licenciada Josefina Herrera, quien logró cristalizarlo e iniciar las actividades en la parroquia del Santo Cenáculo. La radio nace con el objetivo de difundir el Evangelio a través de programas interactivos, el Padre Stanley Enriques fue designado como responsable de la emisora.

Con los años fue avanzando y creciendo cada vez más, se basa en programación variada, informativa, educativa, cultural, religiosa y de entretenimiento, que día a día recibe gran acogida de muchos oyentes que con su criterio aseguran que nuestro medio se ha constituido en una alternativa para todos nuestros radioescuchas que la pueden disfrutar durante todo el día de lunes a domingo.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

¿Cuáles son los objetivos de la radio?

El objetivo general de la radio es ser un instrumento de evangelización y de promoción de la vivencia de los valores del humanismo cristiano, el fomentar la construcción de una sociedad justa y fraterna, fortalecer y difundir la cultura e identidad regional y contribuir a la formación de una opción pública madura y bien orientada con nuestros programas.

¿Cuál es la cobertura de la emisora?

Nosotros estamos actualmente con una cobertura en 9 cantones azuayos y en algunos cantones y parroquias de la provincia del Cañar, en donde poseemos un público joven y adulto y estamos muy atentos de todos los niños para quienes se destina un espacio especial.

¿Cómo se financia la emisora?

Bueno tocaron un punto muy difícil, porque la radio desde sus inicios ha tenido problemas de financiamiento más aún al ser una emisora de carácter religioso-social, esto dificulta el conseguir publicidad, pero bueno, podríamos decir que casi la mitad de lo que ingresa a la proviene de manera directa de la Curia de Cuenca, y el resto de publicidad y aportes generosos que realiza gente de buen corazón.

Tengo que aclarar que a pesar de que la Ley impide obtener publicidad para esta clase de emisora, existe una reforma del 2001 en cuya transitoria permite la publicidad a las radios comunitarias, de allí que por pertenecer a la CORAPE, se puede contar con publicidad. Sin embargo dicha publicidad debe estar de acuerdo con los preceptos de la Iglesia Católica y que se identifiquen con nuestros objetivos, es decir, no bebidas alcohólicas, ni tabacos, entre otros, que atentan la integridad física o psicológica de las personas.

¿Qué nos puede decir sobre el personal que labora en la radio?

Somos cerca de 80 personas de las cuales tan solo 5 somos de planta por decirlo así y el resto son colaboradores que laboran en los distintos programas, pero que no perciben sueldo o remuneración, varios de ellos son comunicadores sociales y en otras profesiones.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

¿Qué avances ha tenido la radio en los últimos años?

Bueno, les puedo contar que se han hecho esfuerzos para adquirir equipos nuevos, estamos a la par con los avances tecnológicos, pues contamos con nuestra página web www.radiocatolicacuenc.com.ec en donde nos pueden escuchar todo el mundo, pero también nos pueden ver a través del sistema USTREAM TV, tenemos además Facebook y Twitter. Hoy podemos decir que radio Católica cuenta con una infraestructura adecuada, ya que desde 2001, la emisora funciona al interior de la Curia Arquidiocesana de Cuenca, en la Bolívar 7-64 y Luis Cordero y cuenta con equipos que facilitan el trabajo en lo informativo y en lo educativo, cultural y religioso, a fin de responder a las necesidades de nuestros oyentes, y por ello nuestra acción es hacer que la voz de todos se escuche.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXO 2



www.ecuadorencifras.com

Totoracocha

CEPAL/CELADE Redatam+SP 09/01/2012

Población de 15 a 20 años de edad por sexo

AREA # 010150044 44

Categorías	Casos	%	Acumulado %
Hombre	383	51,00 %	51,00 %
Mujer	368	49,00 %	100,00 %
Total	751	100,00 %	100,00 %

AREA # 010150045 45

Categorías	Casos	%	Acumulado %
Hombre	343	49,78 %	49,78 %
Mujer	346	50,22 %	100,00 %
Total	689	100,00 %	100,00 %

AREA # 010150046 46

Categorías	Casos	%	Acumulado %
Hombre	344	49,43 %	49,43 %
Mujer	352	50,57 %	100,00 %
Total	696	100,00 %	100,00 %

AREA # 010150047 47

Categorías	Casos	%	Acumulado %
Hombre	201	46,85 %	46,85 %
Mujer	228	53,15 %	100,00 %

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Total	429	100,00 %	100,00 %
--------------	-----	----------	----------

AREA # 010150048

48

Categorías	Casos	%	Acumulado %
Hombre	211	51,72 %	51,72 %
Mujer	197	48,28 %	100,00 %
Total	408	100,00 %	100,00 %

RESUMEN

Categorías	Casos	%	Acumulado %
Hombre	1.482	49,85 %	49,85 %
Mujer	1.491	50,15 %	100,00 %
Total	2.973	100,00 %	100,00 %

FUENTE: CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA CPV- 2010

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC)

ELABORADO POR: DIRECCION ZONAL 6 (SUR)- GABRIELA SANTANDER.

CORREO

INSTITUCIONAL:

inec@inec.gob.ec

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXO 3

ENCUESTA PARA UNA INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA, APLICADA A JÓVENES DE 15 A 20 AÑOS QUE ESCUCHAN EL PROGRAMA “REFLEXIONES EN FAMILIA” DE RADIO CATÓLICA CUENCA.

A continuación presentamos una serie de preguntas para que usted, según su criterio, las conteste por favor.

DATOS PERSONALES:

Edad:

Sexo:

AUDIENCIA DE LA RADIO:

1. ¿Escucha Radio Católica Cuenca?

SI

NO.....

2. ¿Escucha el programa “Reflexiones en familia”?

Siempre.....
Nunca.....

Ocasionalmente.....

Rara vez.....

¿Por qué?

.....
.....
....

3. ¿Cómo califica al programa “Reflexiones en Familia”?

Excelente.....
Malo.....

Bueno.....

Regular.....

¿Por qué?

.....
.....
.....

4. ¿Qué valores morales, escucha con mayor frecuencia en el programa “Reflexiones en Familia”?

.....
.....

5 ¿Qué valores escuchados en el programa, han influenciado en su vida?

¿Por qué?

.....
.....
.....

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

6. ¿A qué aspectos cree Ud., que les da más importancia la sociedad?

.....
.....
.....

7. A su criterio ¿qué valor, debería ser el más importante, para el desarrollo armonioso de la sociedad?

.....
.....
.....

¿Por qué?

.....
.....
.....

8. ¿Qué valores son importantes en su vida?

.....
.....

¿Por qué?

.....
.....
.....

9. ¿Tiene alguna sugerencia para mejorar el programa “Reflexiones en Familia”?

.....
.....
.....
.....

10. ¿Cree que los medios de comunicación social, deben tener programas que fomenten los valores morales?

SI.....

NO.....

¿Por qué?

.....
.....
.....

Gracias por su colaboración.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXO 4

GUIÓN PARA EL PROGRAMA “EL ACOLITE”

PROGRAMA: “El Acolite”.
CONDUCTORES: Aníbal Baculima, Anita Saquipay, Carmen Astudillo.
TEMA: “El embarazo precoz en adolescentes”.
PROGRAMA NÚMERO: 001
HORARIO: 16H00 A 17H00
FECHA: Cuenca, jueves 15 de marzo de 2012

HORA	CONTROL LOCUTOR	TEXTO
16H00	CONTROL	Colocar careta de entrada del programa “El Acolite”, luego música de identificación del programa, mantener por 3 segundos y bajar.
16h00'49	Aníbal	Que tal amigos y amigas de RCN 98.1 en FM, les damos la más cordial bienvenida a éste tu programa “El Acolite”, un espacio juvenil para reflexionar sobre la importancia de retomar la dimensión espiritual de la vida, que es la esencia de los seres humanos. Ya les contaremos más, pero antes saludamos a nuestra compañera Anita Saquipay. Que tal Anita ¿Cómo estás?
	Anita	Muy bien Aníbal, gracias, contenta de compartir estos minutos con las chicas y chicos que escuchan “El Acolite”. Les contamos que para este programa contamos con la participación de Carmen Astudillo del colegio Benigno Malo, nuestra conductora invitada, bienvenida Carmita.
	Carmen	Bunas tardes Aníbal, Anita y a toda la audiencia de “EL Acolite”, estoy muy emocionada de ser parte de este espacio radial.
	Aníbal	Hoy les presentaremos en “El Acolite” nuestro socio-drama con el tema: “El embarazo prematuro en adolescentes”, y para que nos explique sobre sus causas y consecuencias tendremos a nuestra invitada especial, en el segmento “El sabelotodo”
	Anita	Además amigos y amigas, estaremos con el segmento “Te caigo”, en donde conoceremos las opiniones de las personas sobre el tema de hoy, mediante las encuestas en vivo.
	Carmen	Estaremos también con nuestro segmento “está el goce”, “Ponte pilas”, “Peloteando”, “Entre panas”, “El consejito”, música y más.
	Anita	Bueno, esto está muy hablado, que les parece si vamos a escuchar al grupo mexicano Maná con el tema “Ana”.

ALUMNAS:
SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

16h06	CONTROL	Colocar música de Maná con su tema Ana.
	Aníbal	En el Ecuador las cifras de embarazos precoces registrados en niñas y adolescentes de 10 a 19 años de edad, son preocupantes tanto para padres de familia, autoridades y organizaciones sociales.
	Anita	De acuerdo al último censo de población y vivienda 2010, en nuestro país existen 346 mil 700 niñas, de las cuales 2.080 son madres. A ello se suma una alta tasa de embarazos en adolescentes de 15 a 19 años.
	Carmen	En efecto, de 705.163 adolescentes censadas, 121.288 han tenido una fecundidad no deseada. Cifras que ubican al Ecuador en el primero de la lista de los países Andinos con más número de embarazos en niñas y adolescentes.
16h07	CONTROL	Poner grabación de socio-drama.
16h12	CONTROL	Colocar presentación del segmento "El sabelotodo"
16h13	Aníbal	El tema de los embarazos en adolescentes va más allá de una simple relación de pareja, involucra una gran problemática social en temas relacionados con la pobreza, la incomunicación familiar, la falta de valores morales y religiosos entre otros. Para conocer más sobre este preocupante tema, nos encontramos con la Dra. Sonia Rodríguez, Sicóloga Clínica, Especializada en Chile. Terapeuta familiar, de parejas, niños y adolescentes. Bienvenida Dra.
	Carmen	Bueno, le quedamos eternamente agradecidos Dra., por compartir con nosotros sus conocimientos y enseñanzas.
16h34	Aníbal	La pregunta es, ¿acaso pensamos repetir con ellos la misma forma de educar de nuestros antepasados? O ¿pensamos abandonarlos para que resuelvan por sí solos los retos que les presenta la vida? La respuesta a estas preguntas es personal, pero esto no significa que sea imposible decir algo y aclarar el sentido de la vida a nuestros jóvenes. Esta crisis pide que busquemos nuevas formas o maneras de acercarnos a nuestros jóvenes, de interactuar y convivir. Nos pide que aprendamos a educar a través del corazón, esto quiere decir ver más allá de las apariencias, del comportamiento y más allá de las limitaciones. Significa tocar su parte esencial, aquello que les hace diferentes y únicos.
	Carmen	Vamos a deleitarnos con una canción súper buena, "el amor es una magia" de Tito el "Bambino"
16h35	CONTROL	Coloca música y publicidad.
16h39	CONTROL	Coloca presentación segmento "Ponte pilas". Mantener cortina 5 minutos, bajar y cortar.
	Aníbal	Lee noticias
16h42	CONTROL	Poner publicidad y colocar música de Michel Telo y Valentino "Ai Se Eu Ote Pego".
16h45	CONTROL	Coloca presentación segmento "Peloteando". Mantener cortina 5 segundos, bajar y cortar.
	Anita	Lee noticias deportivas
16h49	CONTROL	Poner presentación del segmento "Está el goce".
16h50	CONTROL	Colocar presentación segmento "Entre panas". Mantener cortina 5 segundos, bajar y cortar.
	Carmen	Lee notas de farándula.
16h52	CONTROL	Pone presentación y grabación de segmento "El consejito".
16h53	CONTROL	Coloca música de Gerardo Mejía y Fausto Miño, tema "Amigo"

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

16h56	Aníbal	Luego de escuchar estas lindas notas musicales, luego también de haber compartido algunos segmentos y sobre todo la entrevista con nuestra invitada de este programa, nos toca el momento de decirte gracias, a ti amigo y amiga por ser parte de este espacio "El acolita". Te esperamos el próximo programa, sin duda te traeremos temas más interesantes para la onda juvenil del siglo XXI.
	Anita	También quiero enviar un saludo muy especial a mi familia y a todos mis amigos que nos escuchan a través de "El acolite", recordarte que estamos aquí para acolitarte en nuestro programa.
	Carmen	A sido una experiencia única poder participar de este programa "El acolite", así mismo les invito a todos mis compañeros del colegio Benigno Malo a participar de este programa.
	Aníbal	Así que nos despedimos esperándote en un nuevo programa, el cual estará sumamente sensacional, como el que hoy tuvimos, recuerda, si deseas participar, solo encuéntranos en las diferentes redes sociales o llámanos al teléfono 2838292, sin duda, que tenerte aquí, en nuestro programa es una súper experiencia, en donde todos compartimos nuevas enseñanzas para los jóvenes de hoy, hasta la próxima, este fue su espacio....
	Aníbal, Anita y Carmen	¡EL ACOLITEEEEEEE!
16h58	CONTROL	Colocar careta de despedida del programa.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXO 5

PREGUNTAS PARA LA ENTREVISTA EN EL PROGRAMA “EI ACOLITE”

- La atracción entre el hombre y la mujer, no solo debe ser corporal, sino también espiritual, pues constituye el fundamento del amor humano.
¿Cómo lograr esto?
- ¿Piensa Ud., que el problema de los embarazos precoces se agudizan, o se incrementan; si consideramos que el sexo se ha convertido en una fuente de riqueza que muchos lo explotan y comercializan a través de los medios de comunicación social?
- ¿La falta de afecto, de amor o la inseguridad en los jóvenes, hace que éstos tengan relaciones sexuales a temprana edad?
- ¿Cómo respetar y hacer y hacer que respeten mi cuerpo, ya que éste es considerado como el estuche del alma?
- ¿Cómo un chico o una chica deben mantener relaciones equilibradas con el otro sexo, es decir, no ceder a las tentaciones?
- ¿Cómo los jóvenes pueden adquirir esa facultad de tomar decisiones ponderadas y responsables para su vida, en definitiva, pueden madurar emocionalmente?
- ¿Es importante que ellos decidan libremente sobre su futuro, a pesar de que se equivoquen?
- ¿Cómo establecer un diálogo abierto y de confianza entre padres e hijos?

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- ¿A qué edad considera Ud., que los padres hablen de sexo con sus hijos y cómo debería ser la formación sexual en el hogar?
- Es importante que los padres enseñen a sus hijos a decir NO a ciertas cosas, ¿esto les ayudaría a controlar sus instintos y pasiones?
- Todo tiene su tiempo, hay tiempo para ser niños, para ser jóvenes y tiempo para ser adultos, ¿qué sucede cuando una persona no sigue este proceso normal de la vida?



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXO 6

LIBRETO PARA SOCIODRAMA SOBRE EL EMBARAZO PRECOZ EN LAS ADOLESCENTES.

Personajes. Control	Texto
PAOLA	Hola mi tesoro, ¿cómo estás?
CAMILO	Bien, pero aburrido, mis papás se fueron a la finca, para visitar a mi tía que está enferma, y yo no quise ir. ¿Por qué no vienes un ratito?
PAOLA	Espérame, le voy a pedir permiso a mi mami.
CAMILO	No, espera, si les dices que vienes para mi casa no te va a dejar, mejor, invéntate que te vas a la casa de Aleja, pero te vienes a mí casa.
PAOLA	Pero... es que a mí, no me gusta decir mentiras.
CAMILO	No seas así, es solo una mentirita piadosa, hazlo por mí, porfaaaaaa, ¿síiiii?
PAOLA	Bueno. Pero no vamos hacer nada malo o ¿sí?
CAMILO	Nooooo, cómo crees, te espero a las dos de la tarde yaaaa.
PAOLA	Bueno, un besito y por cierto, gracias por el peluche de ayer me gustó mucho.
CAMILO	Te amo mi vida, no te demores mucho.
CONTROL	INCREMENTA LA MÚSICA DEFONDO
CAMILO	Hola mi amor, ¿por qué te demoraste tanto?
PAOLA	Casi que no termino de arreglar la casa, pero no importa, ya estoy aquí para acompañarte.
CAMILO	Mamasitaaaaaa ¿cómo esta de linda?, me encanta como te queda ese pantalón.
PAOLA	Gracias, tu estas muy guapo también mi amor.
CAMILO	¿Quieres tomar algo?, en la refri encontré ¡un vinito delicioso!
PAOLA	No mi gordito, no me gusta el licor, regálame jugo o agua mejor.
CAMILO	Está bien, como quieras. ¿Por qué no subes a mi cuarto y te lo llevo allá?
PAOLA	¡No! Mejor quedemos aquí abajo en la salita.
CAMILO	Es que quiero mostrarte algo que me mando un tío de España
PAOLA	Y ¿por qué no lo bajas?
CAMILO	No, mejor sube, espérame arriba.
PAOLA	Bueno

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CONTROL	EFECTO SUBIR GRADAS
PAOLA	¿Qué es lo que querías mostrarme?
CAMILO	Ven tranquila, ¿sabes? ¡Me encantas mi vida!
PAOLA	Cami.... ¡me estas abrazando muy fuerte!
CAMILO	Tranquila..., dame un besito más bien
PAOLA	No, Camilo ¡suéltame!, ya no me gusta, me estás haciendo daño.
CAMILO	Pero ¿qué te pasa, por qué te pones así, ya no me quieres?
PAOLA	No, no es eso, tú sabes que te amo. Pero no me gusta cuando te pones así.
CAMILO	Ha, ya entiendo, no me amas tanto como dices, si me quisieras no me harías esto.
PAOLA	¡Pero Cami!
CAMILO	¿Sabes que creo? Que es mejor que terminemos...
PAOLA	No, no, mi amor no me dejes...
CAMILO	Solo quiero que me demuestres que me amas, eres mi novia, y quiero que me lo demuestres ahora.
CONTROL	MÚSICA DE RICARDO ARJONA
PAOLA	¡Hay amiga! Estoy asustada. ¿Imagínate que tengo un retraso?
AMIGA	¿Cómo así?, ¿es que tú y Camilo ya?
PAOLA	Siiii, el mes pasado, en la casa de él.
AMIGA	¿Qué? ¿Por qué no me lo habías contado?, ¿y qué tal?, ¿me imagino que se cuidaron?
PAOLA	Noooo, Camilo no fue tan especial como siempre, la verdad, no me gusto para nada, creí que todo iba a ser muy especial, pero no fue así
AMIGA	¡Hayyy Amiga! ¿Cómo así?, y entonces, ¿qué vas a hacer?
PAOLA	No sé... ¡tengo miedo!, ¡qué tal que éste embarazada!
AMIGA	¡No digas, ni de broma!, mira, por allí escuche que si te tomas un tinto bien cargado con sal, no hay posibilidad de quedar embarazada.
PAOLA	¿De dónde sacaste eso?
AMIGA	Es que una vez escuche, que una amiga, de una amiga, tenía el mismo problema, y se lo hizo y fue súper efectivo.
PAOLA	¿Tú crees que funcione?
AMIGA	Nada se pierde con probar.
CONTROL	EFECTOS DE CHICOS EN EL COLEGIO
PAOLA	Jorgeeee, Jorgeeee, ¿le has visto a Camilo?

ALUMNAS:
SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

JORGE	Sí, está en la biblioteca.
PAOLA	Camilo, necesito hablar contigo.
CAMILO	¿Qué... tiene que ser ahora?, ¿qué no ves que estoy ocupado?
PAOLA	Sí, tiene que ser ahora, porque es muy importante.
CAMILO	¿Ahora?, no puedo, tengo que estudiar para el examen de mañana.
PAOLA	Es que es algo que no puede esperar. ¡Estoy embarazada!
CAMILO	¡Qué bueno, te felicito! ¿Y cuéntame, Quién es el afortunado papá?
PAOLA	¿Quééééé?, ¡Pues tú, quién más va a ser!
CAMILO	¿Cómo así? No me vengas a salir con cosas, porque yo no soy el papá de ese niño que esperas.
PAOLA	¡No lo puedo creer!, ¿cómo me dices esto Camilo? ¿Tú sabes que solo estuve contigo?
CAMILO	Eso sí, que yo no lo sé. ¿Sabes qué?, no quiero que vuelvas a buscarme...hasta nunca.
PAOLA	¡Camiiiiiooooo, espera es tu hijo, no me dejes solaaaa! (llorar)
CONTROL	MÚSICA Y COLOCAR EFECTOS DE COCINA
PAOLA	Hola mamita. (tristeza)
MADRE	Hola mi hija, ¿cómo está?, pero que te pasa, ¿por qué tiene los ojos rojos, te pasó algo, estaba llorando?
PAOLA	Hay mami, le voy a contar, pero porfa, no se ponga brava con migo.
MADRE	A ver, cuéntame hija, porque ya me estas asustando.
PAOLA	Mami..., estoy embarazada.
CONTROL	EFECTO DE PALTO ROTO
MADRE	¡Hay mi amor, por Dios! ¿Qué fue lo que hiciste, cómo nos vas a hacer esto? Con 14 añitos, tanto que te cuides y que no andará por allí haciendo cosas que no debes.
PAOLA	Mamiiiiitaaaa.... lo siento mucho. (llorar)
MADRE	Hay hija, no sabe lo duro que es criar a un hijo, me decepcionaste Paola, ese no fue el ejemplo que yo te di, ahora asume las consecuencias de tus actos....
PAOLA	Mamiiii... (llorar)
MADRE	Ahora olvídate de seguir la Universidad, de las fiestas, de toda la vida buena. Y piensa cómo vas a mantener a ese niño, porque ni tu papá, ni yo, tenemos la forma como hacerlo. Así como fuiste adulta para tener relaciones con ese muchacho, pues compórtate como tal, para buscar cómo mantenerlo. FIN

ALUMNAS:

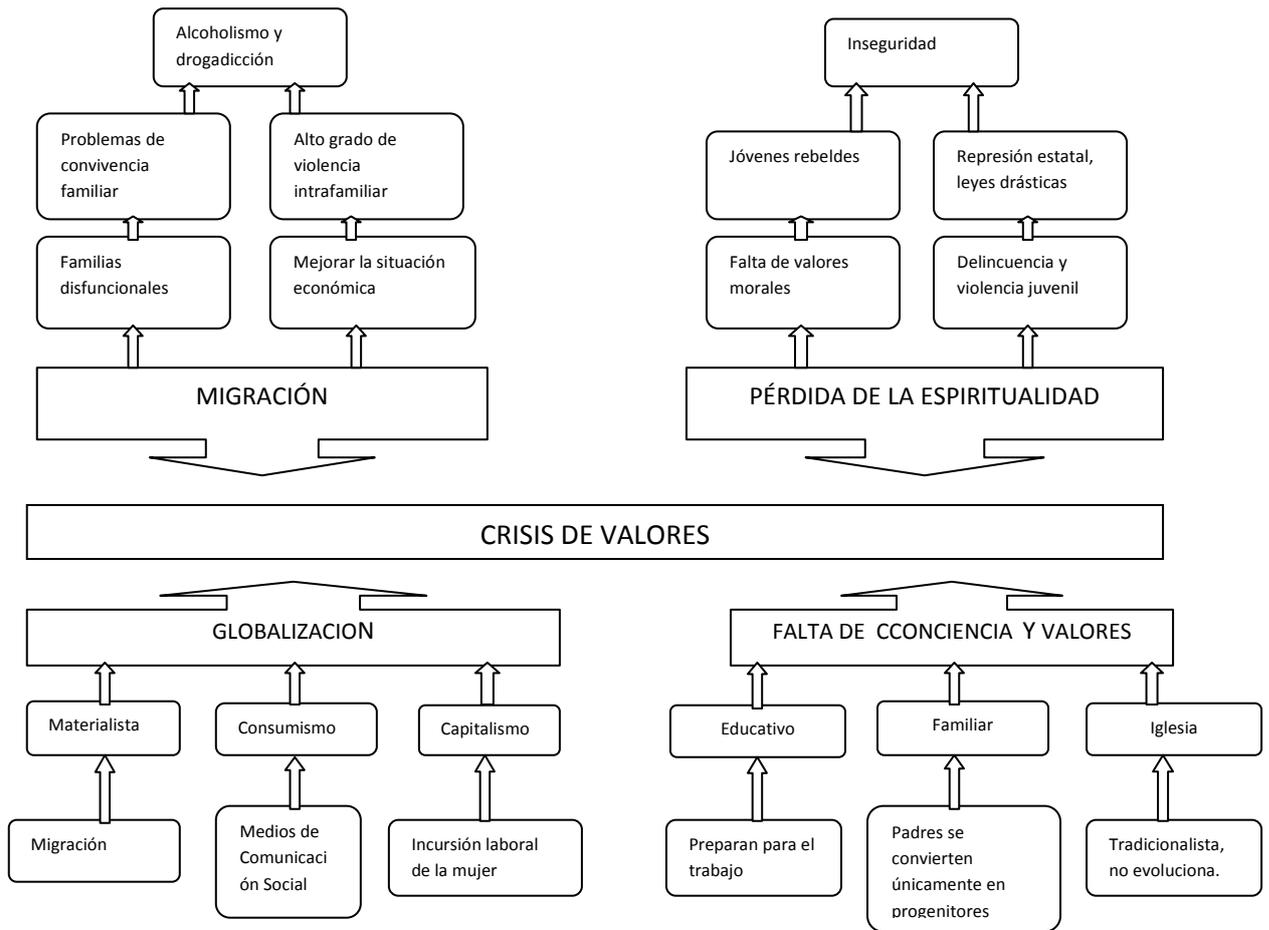
SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



ANEXO 7

ÁRBOL DEL PROBLEMA:





UNIVERSIDAD DE CUENCA

BIBLIOGRAFÍA

“Benedicto XVI y su mensaje de paz”. *La Nación* (Buenos Aires), 31 agosto 2011: 14

Boff, Leonardo. *Globalización: desafíos socioeconómicos, éticos i educativos*. Salamandra, Río de Janeiro. 2001

Boletín de Prensa. *El CONSEP. Adolescentes infractores. Territorialidad y Libertad*. Cuenca junio 8 del 2011.

Bravo, Diego. *Ensayo sobre la Historia de la Telecomunicaciones en el Ecuador*. Ecuador, Editorial Latinweb. 2006.

Cabrera Herrera, Luis. “Realidad de la Familia”. Editorial. *El Tiempo* (Cuenca), 18 septiembre 2011: B4.

Calero, Mario. *Educación en Valores*. Perú, Editorial San Marco.

Cantos, Enriqueta. *Educación y Comunicación. Tecnología Educativa*. Quito, Editorial CODEU, 2006.

Cebrián, Mariano. *La Mediación Técnica de la Información Radiofónica*. Barcelona, Editorial Mitre, 1995.

Cordeiro, Luis. *El Combate Educativo del Siglo*. Caracas, Editorial CEDICE, 1998.

Diccionario Enciclopédico, tomo II pag.19. Caracas, Editorial Bruguera, 1980.

Coronel, G., Rafael. *Moral en la vida misma*. Editorial Tip. De la Escuela de Artes y Oficios, 1921.

Dojovne, León. *Teoría de los Valores y Filosofía de la Historia*. Buenos Aires, Editorial PAIDOS, 1959.

García, Jimmy. *La Radio por Dentro y por Fuera*. Intiyán. CIESPAL, 1980.

Gonzáles, Alonso. *Principios Básicos de Comunicación*. Editorial Trillas, 1989.

Gonzáles, Jesús. *Crisis de Valores. Reflexión Interdisciplinaria desde América Latina*. Quito, Editorial Universidad Católica del Ecuador, 1982.

Heredia, Tamara. “Valores y Valoraciones”. *UNIVERSITAS* (Quito), 2008.

Izquierdo, Enrique. *Educación en Valores Proyecto de Vida*. Editorial Colección Pedagógica.

Kaplún, Mario. *Producción de Programas Radiales*. Editorial CIESPAL Colección Intiyán, 2006.

López, Daniel. “Lectura de medios. De la audiencia ignorada al poder de las audiencias” *Anagramas* (Medellín), julio-diciembre 2005: 55-59.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

“Los Medios en la Familia, un riesgo y una riqueza”. *Ser Familia* (Quito), julio 2004: 13-16.

Marín, Ricardo. *Valores Objetivos y Actitudes en Educación*. Valladolid, Editorial Miñón, 1976.

Moles, Abran. *Sociedad Dynamique de la Cultura*. Paris, 1967.

Montero, Yolanda. *Televisión, Valores y Adolescencia*. Barcelona. Editorial Gedisa, 2006.

Morales, Dénis. *Por otra Comunicación*. Barcelona. Editorial Icaria, 2005.

Ortega, Pedro, Ramón Minguez. *Valores en la Educación*. Barcelona. Editorial Ariel, 2001.

Ouro, Water. *Radio la Mayor Pantalla del Mundo*. Quito. Editorial Belén.

Pérez, Fátima. *Los Valores Humanos como Esencia del Ser*. Editorial Libro Centro, 1999.

Portilla, Idoya, Susana Herrera. *El Mercado de la Emisora. La Audiencia en Programación Radiofónica*. Barcelona. Ariel, 2004.

Proaño, Florha, Maritza de la Espriella. *Los Valores*. Edición Gobierno Provincial. Quito, 2003.

Rivera, Jorge et al. *Primer Encuentro de Investigación de la Comunicación. Medios de Comunicación y Desarrollo*. Editorial CIESPAL, 1993.

Romero, Eduardo. *Valores para Vivir*. Madrid. Editorial CCS, 1997.

Saavedra, Alejandro. *Humanización, Globalización, Interculturalidad, Postmodernidad, Medios de Comunicación Social*. Quito. Editorial Abya-Yala, 2006.

Suárez, Mariela, O.P Higuera. *Familia y Valores. Escuela de Padres Construyendo lo nuestro*. Bogotá. Editorial Magisteria, 1997.

Torres, Marco. *Locución Radiofónica*. Quito. Editorial Quipus, 1976.

Trías, Eugenio. *Hacia una nueva ética*. México. Editorial Universidad de Michoacán, 2006.

Weil, Pierre. *La Nueva Ética. Quito, Ecuador, 1999. Ediciones ABYA-YALA*.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Páginas web

“Adolescencia y Televisión”. Internet. www.binasss.sa.cr. Acceso: 12 julio 2011.

Ballesta, Javier. “Educar para el consumo de los medios de comunicación”. Internet. www.atei.es. Acceso: 1 octubre 2011.

Ballesteros, Tito. “Seminario de producción radiofónica online módulo II. Internet. www.seminariovirtual.org. Acceso: 5 agosto 2011.

Bonet, Miguel. “Somos jóvenes y tenemos valores”. Internet. www.educaweb.com. Acceso: 25 julio 2011.

Campos, Victoria. La infancia se socializa tanto en la familia y en la escuela, como viendo la televisión. Por lo tanto, hay que aceptar que la responsabilidad educativa concierne también a los medios de comunicación”. Internet. www.educaweb.com. Acceso: 20 de septiembre 2011.

“Característica de los valores”. Internet. www.melodysoft.com. Acceso 24 septiembre 2011.

Casellas, Jhosep. “Las emisoras de radio en la Iglesia”. Internet. www.gestiopolis.com. Acceso: 2 agosto 2011.

“Compendio de la Doctrina Social de la Iglesia Católica. La familia célula vital de la sociedad”. Internet. www.vatican.va. Acceso: 15 mayo 2011.

“Comunicación Social: Pasos para la elaboración de un programa radiofónico. Internet. www.blogspot.com. Acceso: 2 junio 2011.

“Cómo ser buen oyente”. Internet. www.es.wikihow.com. Acceso: 3 julio 2011.

“Cultura y Sociedad”. Internet. www.slideshare.net. Acceso: 14 julio 2011.

“Decreto Inter Mirifica. Sobre los Medios de Comunicación Social”. Internet. www.vatican.va. Acceso: 28 julio 2011.

“Definición de Axiología”. Internet. www.definicionabc.com. Acceso: 12 julio 2011.

“Definición de Ética”. Internet. www.difinicion.de. Acceso: 12 julio 2011.

“Definición de Globalización”. Internet. www.definicion.de. Acceso: 11 julio 2011.

“Definición de Medios de Comunicación Social”. Internet. www.scribd.com. Acceso: 6 julio 2011.

“Definición de Planificación”. Internet. www.apuntesgestion.com. Acceso: 3 julio 2011.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Diez, Mirián. “La radio es el púlpito moderno, según el Arzobispo Amato”. Internet. www.catholic.net. Acceso 5 agosto 2011.

“Doctrina Social de la Iglesia”. Internet. www.mailxmail.com. Acceso 16 mayo 2011.

“Educación en medios, perspectivas y estrategias”. Internet. www.gabinetecomunicacionyeducacion.com. Acceso 19 septiembre 2011.

“El hombre que atropelló a un sospechoso dice temer por su familia”. *El comercio* (29 junio 2011) Internet. www.club.elcomercio.com. Acceso: 12 julio 2011.

“Familia y Vida”. Internet. www.catholic.net. Acceso: 15 abril 2011.

“Formación Humana, ética razonada”. Internet. www.monografias.com. Acceso: 28 julio 2011.

“Funciones del Lenguaje”. Internet. www.profesorenlinea.cl.com. Acceso: 30 junio 2011.

González, Alejandro. “Identidad y Valores de los Jóvenes. Internet. www.escueladeformadores.org. Acceso: 25 julio 2011.

“La Axiología o ciencia de los valores”. Internet. www.es.catholic.net. Acceso: 16 agosto 2011.

“La ética y la moral”. Internet. www.mitecnologico.com. Acceso: 12 julio 2011.

“La Educación en Valores: una tarea de la escuela”. Internet. www.eticabioetica.obolog.com. Acceso: 11 julio 2011.

“Ley de Radiodifusión”. Internet. www.google.com. Acceso. 6 agosto 2011.

López, José. “Géneros y formatos de radio” .Internet. www.daniradio.wordpress.com. Acceso: 18 julio 2011.

“Los Medios de Comunicación frente a la Revolución de la Información”. Internet. www.monografias.com. Acceso: 6 julio 2011.

“Los Medios de Comunicación y la Globalización”. Internet. www.medios.us. Acceso: 7 julio 2011.

“Nueva ética mundial”. Internet. www.dialoguedynamics.com .Acceso: 2 octubre 2011.

“Piden más control de los padres en la televisión que miran sus hijos. Internet. www.lanacion.com.ar. Acceso: 4 agosto 2011

“Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación”. Internet. www.escribd.com. Acceso: 24 julio 2011.

“Teoría de los Usos y Gratificaciones” Internet. www.es.wikipedia.org.com. Acceso: 8 abril 2011.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.

CARMITA EULALIA LAZO LASSO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

“Visión social cultural de la realidad de América Latina. CELAM”. Internet.
www.vicariadepastoral.org. Acceso: 16 agosto 2011.

Entrevistas

Lic. Brito René, Gerente de Radio Católica Cuenca. Tema: Historia de Radio Católica Cuenca. Lugar: Cuenca, 01 agosto 2011. Hora 09h00.

Cabrera Carlos, Teresa Cantos, Productores y presentadores del programa “Reflexiones en Familia” de radio Católica Cuenca. Tema: Datos sobre el programa. Lugar: Cuenca, 19 agosto 2011. Hora: 17h30.

Lic. Cárdenas Eliecer, Periodista y Editorialista de Diario “El Tiempo”. Tema: Las características que debe tener un programa radial de educación en valores. Lugar: Cuenca, 29 junio 2011. Hora: 10h30.

Master Pulla Olga, Sicóloga del colegio “Manuela Garaicoa” y Directora del Departamento de Formación de la Curia Arquidiocesana de Cuenca. Tema: Los valores y los jóvenes. Lugar. Cuenca 13 julio 2011. Hora 16h00.

ALUMNAS:

SANDRA MARIUXI AMAYA FLORES.
CARMITA EULALIA LAZO LASSO.