

209

Universidad Técnica Particular de Loja  
BIBLIOTECA GENERAL

Revisado el 97-04-03

Valor \$ 200

Nº Clasificación 1997 U633 HA.436



< LOJA > < ECUADOR >  
< INFLUENCIAS AUDIOVISUALES (A) >  
< EDUCACION >  
< INSTITUTO PEDAGOGICO CIUDAD DE CARIAMANGA  
< 1995-1996 >

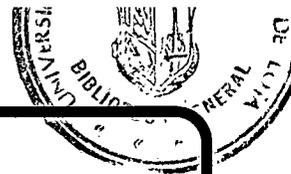
373

Radio  
Medios de comunicación  
Instituto Pedagógico  
Cariamanga

373.13332

370

373X514



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
UNIVERSIDAD ABIERTA**

**"LA INFLUENCIA DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN EN LA FORMACIÓN  
DE VALORES DE LOS EDUCANDOS DEL INSTITUTO PEDAGÓGICO  
"CIUDAD DE CARIAMANGA" DE CARIAMANGA DURANTE EL  
AÑO LECTIVO 1995 - 1996"**

Tesis previa a la obtención del  
Título de Licenciatura en Ciencias  
de la Educación

**AUTORES:**

*Jaime Iván Vicente M.  
Carlos Enrique Montero B.  
Luis Bravo Pedátegui*

**DIRECTOR:**

*Lic. Justino Hermel Ñiquez Ñiquez*

**Loja - Ecuador**

**1996**



*Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>*

*Septiembre, 2017*

**Lcdo.**

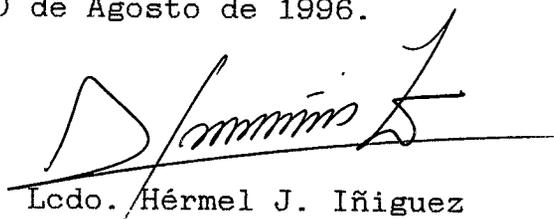
**Hérmel J. Iñiguez Iñiguez**

**DIRECTOR DE TESIS**

**CERTIFICA :**

Que la tesis **LA INFLUENCIA DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN EN LA FORMACIÓN DE VALORES DE LOS EDUCANDOS DEL INSTITUTO PEDAGÓGICO " CIUDAD DE CARIAMANGA "**, DE CARIAMANGA, DURANTE EL AÑO LECTIVO 1995 - 1996, previo a la obtención del título de Licenciados en Ciencias de la Educación, especialidad Ciencias Sociales, ha sido prolijamente revisada, y al haberse acogido a las sugerencias y corregido las partes pertinentes, me permito autorizar su presentación para los fines legales consiguientes.

Loja, 30 de Agosto de 1996.



Lcdo. Hérmel J. Iñiguez

DIRECTOR DE TESIS

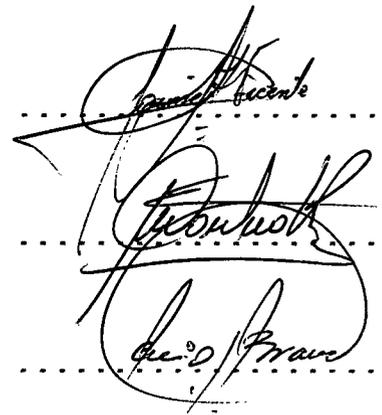
## AUTORÍA

Las ideas, conceptos, opiniones, y principios vertidas en la presente investigación son de absoluta responsabilidad de los autores.

Jaime Iván Vicente M.

Carlos Enrique Montero R.

Luis Bravo Reátegui.



## **DEDICATORIA**

A mi esposa Soledad.  
A mis hijas: Marianne y Karlita,  
por su permanente apoyo y ayuda,  
para lograr esta noble profesión.

Carlos Enrique

A mi esposa Betty María.  
A mis padres y hermanos  
que con su afán y  
sacrificio, hicieron  
posible la culminación  
de esta etapa académica  
que me ha capacitado  
para un futuro mejor y  
que siempre pondré al  
servicio del bien, la  
verdad y la justicia.

Luis Alfredo

A mis Padres : Artemio y Rosa.  
A mi esposa : Mercy.  
A mis hijos : Mayra, Bayron, y  
Bladimir y más familiares, con  
cariño, admiración y gratitud.

Jaime Iván

## **AGRADECIMIENTO**

Los autores expresamos nuestro agradecimiento a las autoridades y profesores de la Universidad Técnica Particular de Loja, Universidad Abierta, al Sr. Director de Tesis, Lcdo. Hérmel Iñiguez, por haber conducido con la sabiduría del caso hasta lograr el propósito de desarrollar nuestra Tesis de Grado.

Igual agradecimiento manifestamos a las autoridades, docentes, dicentes y padres de familia del Instituto Pedagógico " Ciudad de Cariamanga " por habernos dado las facilidades para llevar a efecto nuestro trabajo de investigación.

A nuestros familiares, compañeros, y amigos, que de una u otra manera influyeron en nosotros para impulsarnos a culminar con éxito el presente trabajo.

**LOS AUTORES**

## INDICE

	pág.
Certificación .....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice .....	v
Introducción .....	vii

### CAPITULO I : LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLECTIVA.

Conceptos .....	1
Teorías de la comunicación .....	5
Leyes de los medios de comunicación colectiva .....	9
Clasificación de los medios de comunicación colectiva .	15
Comunicación institucional .....	20
Comunicación y educación .....	23
Elementos de la comunicación .....	26
Efectos de los medios de comunicación .....	45
Fundamentos de una buena comunicación .....	53

### CAPITULO II : LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CIUDAD DE CARIAMANGA.

La radio .....	65
La televisión .....	92

### CAPITULO III : LA RADIO Y LA TELEVISIÓN EN LA FORMACIÓN DE LOS VALORES DE LOS EDUCANDOS.

Aspectos básicos .....	126
Valores .....	140

**CAPITULO IV : PROPUESTA DE ORIENTACIÓN PARA AUTORIDADES,  
DOCENTES, DICENTES Y PADRES DE FAMILIA DEL  
INSTITUTO PEDAGÓGICO "CIUDAD DE CARIAMANGA"  
1996 - 1997.**

Antecedentes .....	163
Justificación.....	166
Objetivos.....	167
Temática .....	168
Actividades .....	171
Recursos .....	172
Cronograma de actividades .....	173
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>177</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>182</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>186</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>191</b>

## **INTRODUCCIÓN**

Con el desarrollo de la presente investigación pretendemos determinar la influencia de las radios de la ciudad de Cariamanga y la televisión nacional en la formación de valores : Culturales, sociales, morales, económicos, políticos y religiosos, de los alumnos del Instituto Pedagógico " Ciudad de Cariamanga " durante el año lectivo 1995 - 1996.

La importancia de éste trabajo radica en el hecho de que demostrado la existencia del problema, se trata de crear consecuencia en las autoridades educativas, profesores, alumnos y padres de familia, para que asumamos con mayor responsabilidad y profesionalismo los quehaceres inherentes a sus funciones específicas, para lograr aprendizajes significativos que permitan el desarrollo integral de los educandos.

La realización del presente trabajo de investigación se justifica ante el hecho de que se considera como cierta la influencia de los medios de comunicación en la formación de valores y ante la necesidad de cumplir con la misma determinamos los siguientes objetivos :

### **Objetivo General :**

Conocer cómo influye los medios de comunicación colectiva, radio y televisión en la formación de valores en los estudiantes y su incidencia en la formación integral; con el fin de plantear alternativas que permitan dar el uso adecuado a la radio y la televisión.

### **Objetivos Específicos :**

- 1.- Analizar y aplicar algunas concepciones básicas sobre medios de comunicación colectiva en el desarrollo educativo de los educandos del Instituto Pedagógico " Ciudad de Cariamanga " .
- 2.- Describir los programas que difunden la radio y la televisión en la ciudad de Cariamanga.
- 3.- Establecer la relación existente entre la programación que difunde la radio y la televisión y la formación de valores en los educandos del Instituto Pedagógico " Ciudad de Cariamanga " .
- 4.- Elaborar una propuesta de orientación adecuada para el uso de los medios de comunicación colectiva, radio y televisión; para autoridades, profesores, alumnos y padres de familia.

De igual manera determinamos las hipótesis así :

**Hipótesis Principal :**

La carencia de planificación y difusión de programas educativos de la radio y la televisión que se dan en la ciudad de Cariamanga, influyen negativamente en la formación cultural y social, moral, económica, y política de los alumnos del Instituto Pedagógico " Ciudad de Cariamanga " de Cariamanga.

**Hipótesis Particulares :**

- 1.- La mayoría de los programas que difunden la radio y la televisión en la ciudad de Cariamanga, son de carácter alienante y nocivos para la formación del educando.
- 2.- Los programas alienantes que difunden la radio y la televisión influyen en la formación de valores sociales, culturales y morales de los educandos del Instituto Pedagógico " Ciudad de Cariamanga " de Cariamanga.

En lo que se refiere al marco teórico lo hemos dividido en dos aspectos bien diferenciados una parte teórica constituida por los capítulos I, II y IV; y otra

parte práctica o de campo desarrollada en el capítulo III.

Por lo tanto el presente trabajo se divide en cuatro capítulos :

- I.- Los medios de comunicación colectiva.
- II.- Los medios de comunicación en la ciudad de Cariamanga.
- III.- La radio y la televisión en la formación de valores de los educandos.
- IV.- Propuesta de orientación.

La metodología utilizada en la ejecución de este trabajo esta acorde con el desarrollo de los aspectos teóricos o prácticos que componen la obra.

Para la recolección de datos teóricos se ha empleado técnicas tales como la observación bibliográfica, la observación, la entrevista, la encuesta. Entre los métodos el Inductivo, deductivo, descriptivo. Ellos han sido utilizados en los diferentes capítulos de nuestro trabajo de investigación.

# **CAPITULO I**

## **LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLECTIVA**

## 1. Los medios de comunicación colectiva.

Los medios de comunicación social han conquistado un puesto de altura y de autoridad en la sociedad. Es así y debe ser así, porque la comunicación es connatural al hombre.

La comunicación social y sus medios son herramientas para informar, transformar, capacitar, educar e influir en los demás.

La comunicación social responde a una necesidad primaria del hombre y le ayuda a convivir. Los medios son productos de la ciencia y la tecnología, los mismos que producen efectos positivos y negativos en la sociedad, más todo depende de la intención con que se elaboren los mensajes y de la actitud que observen quienes reciben los mismos. De aquí que los medios de comunicación pueden utilizarse para dignificar al hombre, formarle y hacerle más persona o para envilecerle y alienar su personalidad.

### 1.1. Conceptos.

Para comprender mejor lo que son los medios de comunicación transcribiremos algunos conceptos sobre los mismos:

- Los medios de comunicación colectiva son los instrumentos o canales que utiliza el comunicador para llegar con su mensaje hasta el receptor elegido.<sup>1</sup>

- Son los intermediarios técnicos de las relaciones sociales.<sup>2</sup>

Adjuntaremos a los anteriores algunos conceptos de comunicación :

- Etimológicamente : viene del latín comunicaré = compartir, intercambio entre mentes y personas, mediante el que las sensaciones o procesos imaginarios o conceptuales son transmitidos recíprocamente incluyendo a la comunicación ordinaria por medio de los sentidos, expresada por el lenguaje, la palabra escrita, el gesto, la expresión facial y la actitud corporal.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> ROMERO A. José Vicente. Las comunicaciones. Bogotá-Colombia. Edit Dosmil, 1981. Página 13.

<sup>2</sup> MARTÍNEZ, Jesús Manuel. Los medios de comunicación. Sección cine y teatro. Universidad de Cuenca. 1977. Página 6.

<sup>3</sup> DAGOBERT, Runes. Diccionario de Filosofía. Página 24.

- " Comunicación es el mecanismo por medio del cual existen y se desarrollan relaciones humanas, es decir todos los símbolos de la mente junto con los medios para transmitirlos, a través del espacio y preservarlos en el tiempo ". <sup>4</sup>

- " Comunicación es la transmisión o recepción de ideas y experiencias a través del contacto directo o indirecto. En el primer caso se considera de vital importancia el saber oír y expresarse concisa y claramente " . <sup>5</sup>

- " Comunicarse es dar y recibir y información , en forma verbal y no verbal " . <sup>6</sup>

En definitiva puede deducirse que la comunicación es la transmisión y recepción de los diferentes mensajes entre los seres vivientes. Y que los medios de comunicación colectiva son los instrumentos de los que se vale la comunicación para llegar hasta un receptor con un mensaje.

---

<sup>4</sup> MALETSKE, Gerard. Psicología de la comunicación social. Página 21.

<sup>5</sup> RAMSAY, Jorge. Las comunicaciones en la enseñanza superior. Página 20.

<sup>6</sup> ARON, Ana y SARQUIS Clemencia. Manejo de problemas conductuales en la sala de clases. Teleduc. Página 50.

## 1.2. Teorías de la comunicación.

La capacidad expresiva del hombre, contiene diversas formas. El hombre es capaz de transmitir una amplia gama de signos mediante la literatura, la pintura, la danza, el vestido, las señales de tránsito, la imagen y otras variadas formas. Todas las artes anteriormente citadas tienen ese elemento común que es la comunicación.

Desde Ferdinand de Saussure, fundador de la lingüística moderna, ha existido el interés por recopilar todas esas manifestaciones de la comunicación dentro de una ciencia. El mismo Saussure denominó Semiología a esta ciencia, la misma que desde ahí se encargará de estudiar y agrupar ordenadamente todas y cada una de las manifestaciones expresivas del hombre; éstas serán codificadas por unos principios o leyes convencionales. De ésta manera la lingüística al estudiar una de las formas expresivas y comunicativas del hombre representa una parte más de la Semiología, pero sobresaliendo por su importancia específica.

Generalmente se habla en la prensa, radio y televisión de la llamada teoría de la información o de la comunicación.

La base científica de esta teoría es muy joven; pues hace treinta o cuarenta años que existe un ordenamiento teórico de todo cuanto a información y comunicación se refiere. Sin embargo el origen de esta trascendental rama de la investigación ha sido antecedido por un amplio bagaje de trabajos realizados desde los años veinte de nuestro siglo. Dichos estudios provenían de científicos que actuaban en la Filosofía, la Antropología y la misma Lingüística; es decir, en el campo de las ciencias humanas.

De lo dicho anteriormente podemos decir y con razón de que se trata de un fenómeno de interacción entre estas y la teoría de la información.

Por otra parte todo acto de comunicación tiene un componente de información, pero no al contrario, ya que la información colabora con unos datos que están puestos al alcance de una colectividad se despreocupa de que si ésta los asimila o no. La comunicación únicamente se da cuando el destinatario ha captado el mensaje.

La información es unidireccional, la

comunicación es interaccional. Por lo tanto una diferencia entre los conceptos de información y comunicación, es que la primera necesita únicamente un emisor y la segunda indispensablemente requiere que exista un receptor que capte el mensaje.

Resumiendo podemos definir la comunicación " Como un proceso de interacción entre individuos de una misma comunidad. Consiste en el intercambio de experiencias relativas a la realidad objetiva, o a la realidad interna de los sujetos, teniendo en cuenta que todo acto de comunicación supone en sí mismo una experiencia más, y pasa a enriquecer esa realidad en que los sujetos están inmersos ".<sup>7</sup>

Entonces en la comunicación se distinguen las siguientes características :

- La comunicación es un proceso de interacción; es decir que tiene un carácter.

- La comunicación es un intercambio de

---

<sup>7</sup> SALINAS, Carlos y RÍOS José A. Consultor Pedagógico. Área de Lingüística y Literatura. Editorial Fomento de Bibliotecas. Madrid, 1983.

experiencias.

- La comunicación se da entre individuos de una misma comunidad.
- La comunicación enfoca no solo la realidad objetiva de los sujetos, sino que va más allá, hasta la realidad interna de los mismos.

Y para finalizar esta parte del capítulo diremos que la historia de la comunicación se puede dividir en cuatro fases sistemáticamente superpuestas, las mismas que se caracterizan por la utilización de nuevos medios de comunicación.

Estas fases de comunicación son :

- La exteriorización .- Aquí el único medio de comunicación es el hombre, y por lo tanto solo es posible la comunicación interpersonal.
- Los lenguajes de transformación.- Manifestados en el dibujo, el ritmo, la música y la escritura fonética.
- La implantación de la imprenta .- Época, a

partir de la que, se difunde con mayor facilidad la información.

- Aparecimiento de la técnica moderna de sonidos e imágenes .- Es decir los medios audiovisuales, difundiendo con enorme rapidez el mensaje.

### 1.3. Leyes de los medios de comunicación colectiva.

" Sería, vital y estremecedora es la tarea del informador social. De la labor del periodista depende, como nunca, buena parte del destino de los pueblos ".<sup>5</sup>

Los inventos de la técnica, que aparecen casi a diario, más la multiplicación y perfeccionamiento de periódicos, radiodifusoras, televisoras, han llevado a la prensa considerada genéricamente, a desempeñar un rol de tanta importancia que no es el de desdeñar la impresión pública de ella ejerce una rectoría moral sobre la sociedad que la convierte, un verdadero poder inserto dentro del poder que ejercen los Estados.

---

<sup>5</sup> SENDIP, El servicio a la verdad es el primer mandamiento del periodismo. Quito, 1987.

El servicio a la verdad, y nada más que a la verdad, es el primer mandamiento del periodismo siendo una especie de plataforma inamovible sobre la que se han de asentar las demás cualidades y virtudes del comunicador social. El talento personal, la versación y audición, la agilidad y la amenidad nada son ni nada serán sino están afirmadas sobre la base del servicio a la verdad.

El periodista y los medios de comunicación deben actuar dentro de un clima de absoluta libertad para realizar su función. Lejos de ellos deben estar las presiones de cualquier índole. Ni el poder público, ni las conveniencias de los grupos políticos, económicos o sociales, deben alterar la misión informativa.

**1.3.1. Reglas para el juzgamiento de los delitos cometidos por los medios de comunicación social.**

**Art. 415 .-** En el juzgamiento de los delitos cometidos por medio de la imprenta, radiodifusoras, televisoras y otros medios de comunicación social, se aplicarán las reglas propias del tratamiento ordinario, en lo que corresponda, y además las reglas

especiales previstas en este Parágrafo.

**Art. 416.-** Cuando el delito consistiera en la imputación de hechos deshonrosos que afecten a la vida íntima de las personas, la condición de agraviado se la establecerá no solo por la denominación que de ellas se hubiese hecho en el impreso, sino también por el conjunto de otras pruebas que, en el curso del proceso, establecieren de manera concluyente e irrefragable que la imputación ha sido dirigida contra aquéllas.

**Art. 417.-** Para los efectos señalados en este Parágrafo, se tendrá por escritos inmorales los que atacan a las buenas costumbres, ya traten de asuntos obscenos o deshonestos, ya publiquen hechos deshonrosos pertenecientes a la vida íntima de las personas, ya provoquen la comisión de algún delito.

**Art. 418.-** Son escritos subversivos los que abierta e inequívocamente inciten a la rebelión contra los encargados de las funciones públicas, contra la H. Cámara Nacional de Representantes, contra la

Constitución y las Leyes.

**Art. 419.-** Se rechazará de plano toda acusación, excitativa o denuncia relativa a escritos en que diluciden únicamente tesis filosóficas, teológicas o de cualquier otra ciencia; o que contenga una mera impugnación de doctrinas religiosas; o que traten de propaganda de cualquier creencia que no esté en pugna con la moral pública.

La resolución que se diera al respecto será susceptible de apelación. El fallo de segunda instancia causará ejecutoria.

**Art. 420.-** El director, el dueño o la persona responsable de la administración de la imprenta serán responsables de la infracción que juzgue y contra ellos se seguirá la causa sino pusieren de manifiesto el original según lo que más adelante se prescribe, original, que deberá llevar la firma autógrafa del autor, del reproductor, o de quien se responsabilice.

Igualmente serán responsables cuando el autor, el editor o reproductor resulten o



fuesen personas supuestas o desconocidas menores de 18 años, vagos, ebrios, consuetudinarios, mendigos, insolventes o personas que tuvieren alteradas sus facultades mentales, o cualquier otra que sea inimputable ante la Ley.

**Art. 421.-** Se consideran autores, editores o reproductores desconocidos o supuestos aquellos que no tuvieren domicilio conocido en la República.

**Art. 422.-** Presentada la excitativa, la acusación o la denuncia, en su caso, que deberán ir acompañadas al impreso que contenga el espíritu imputable, el Juez de lo penal o el Juez de Instrucción juzgará que hay acto punible, mandará a citar al director, al propietario de la imprenta o a la persona responsable de la administración lo mismo para que exhiba el original dentro del plazo de tres días, resolución de la que no se concederá recurso alguno ni el de hecho.

**Art. 423.-** Exhibido el original se levantará auto cabeza de proceso contra el

autor del escrito objeto del juzgamiento, según las reglas previstas para el trámite ordinario.

**Art. 424.-** Si el director, el propietario de la imprenta o la persona responsable de la administración de la misma no exhibe el original del impreso materia del procesamiento en el plazo señalado en el artículo 422, o quien lo suscriba se encuentre comprendido de las calidades señaladas en el artículo 420, el auto cabeza de proceso se incoará contra dicho impresor, director o dueño de la imprenta, considerándolo al efecto como presunto autor de la infracción.

**Art. 425.-** La presentación del original cuando el delito sea cometido por medio de la radiodifusión o la televisión puede suplirse con una transcripción, judicial o extrajudicialmente obtenida de la grabación o filmación prevista en la ley de Radiodifusión y Televisión.

**Art. 426.-** Al tratarse de las exhibiciones o presentaciones de la

original, en los casos de delitos cometidos por medio de radiodifusoras o televisoras, estas podrán ser de los originales en sí mismo o de copias fidedignas en la grabación o filmación respectiva.

Para justificar el contenido del original no podrá utilizarse prueba testimonial.

**Art. 427.-** Las reglas precedentes regirán también, en lo que sea aplicable, en el juzgamiento de delitos cometidos por cualquier otro medio de comunicación social.<sup>9</sup>

#### **1.4. Clasificación de los medios de comunicación colectiva : Prensa, radio y televisión.**

Los medios de comunicación colectiva tienen varias formas de clasificación, pero en nuestro trabajo de investigación nos referimos a la prensa, radio y televisión por ser los que mayor

---

<sup>9</sup> Artículos tomados del código de procedimiento penal. 1992.

NOTA : Cabe señalar que la Ley especial de los medios de comunicación colectiva se encuentra en tratamiento para su aprobación en el H. Congreso Nacional de Representantes.

varias formas de clasificación, pero en nuestro trabajo de investigación nos referimos a la prensa, radio y televisión por ser los que mayor influencia ejercen en la sociedad y los que más incidencia tienen en la opinión general y por ende en la formación de valores sociales, culturales, políticos, religiosos y morales en la ciudadanía.

#### 1.4.1. La prensa.

Al hablar de la prensa en nuestro estudio nos referimos al conjunto de publicaciones impresas que salen al público con periodicidad definida y muy especialmente las que se publican todos los días, llamadas también diario; pero sin descartar los semanarios, los mensuales y anuarios que se publican, cada semana, mes y año respectivamente. Se incluye las revistas, con la gran variedad de temas analizados.

Al referirnos a la prensa lo haremos centrados en el periodismo escrito, y diremos que éste prácticamente tuvo gran impulso y difusión gracias a Gutemberg al

inventar la imprenta en el año de 1940. Desde aquí en adelante los procesos tecnológicos han ido perfeccionando día a día hasta llegar a la actualidad donde tenemos infinidad de periódicos y de la más amplia diversidad.

En la prensa se enfocan temas de diversa índole, tales como : noticias, crónicas, columnas editoriales, artículos, comentarios, avisos publicitarios, etc., etc.

#### 1.4.2. La radio.

Es un medio de comunicación sonoro a distancia, del que se sirven grupos minoritarios, para difundir por vía hertziana contenidos de diversa índole en programas que conforman la emisión dirigida a una audiencia más o menos numerosa, disgregada y heterogénea.

Haciendo un poco de historia, la radio para llegar a constituirse en un medio de comunicación tuvo que esperar que se produjeran algunos descubrimientos

efectuados por físicos famosos tales como : James Clerk Maxwell (1831-1879) al formular la teoría de las ondas eléctricas; Rudolph Hertz (1875-1894), al producir las ondas hertzianas; Alexander Popoff (1839-1906), quien construyó un receptor en 1885 para registrar perturbaciones electro-atmosféricas; Eduardo Branly (1844-1940) descubrió el Cohesor, el mismo que permite el paso de la corriente eléctrica producida por una batería; Marconi y George S. Kemps al descubrir el sistema Telegráfico sin hilos en 1895; y, Lee de Forest (1910) cuando en la válvula termoiónica permite hacer sonar la voz de Caruso. En fin desde aquí la radio ha avanzado a grandes pasos hasta llegar al sitio que ahora ocupa: Un medio de comunicación que ocupa ondas largas, cortas, ultracortas, frecuencias con amplitud modulada ( AM., FM. ) y diversidad de microondas para aplicaciones sofisticadas.

#### **1.4.3. La Televisión.**

Esta medio de comunicación social consiste en transmitir a distancia, imágenes

y sonidos a través de ondas hertzianas o cable coaxial. Transforma haces de luz en ondas radiales y las convierte a éstas nuevamente en luz.

Este medio de comunicación colectiva fue ideado por Paúl Kipkow en 1884. Se afirma esto por que fue él quien invento un dispositivo de exploración de imágenes llamado disco de Nipkow, prácticamente este es el origen de la televisión. Después en el año de 1929, el escocés J. L. Baird hizo una demostración con un sistema más perfeccionado. Pero quien en realidad abrió los horizontes de este medio fue V. Z. Zworykin con la invención del Iconoscopio en 1934, que es un tubo analizador que se utiliza para explorar las imágenes.

Las ondas transmisoras usadas en la televisión son extremadamente cortas y se propagan en línea recta. Por ello es necesario colocar diferentes estaciones retransmisoras, para llevar la imagen de televisión a sitios escondidos ; cada torre, recibe, amplifica, y transmite la señal hacia los receptores.

La televisión ofrece multitud de programas informativos, culturales, recreativos, telenovelas, programas educativos, y sobre todo mucha propaganda de consumo.

Haciendo un breve comentario sobre los medios de comunicación antes descritos, diremos que éstos informan, entretienen, sirven, educan, forman y persuaden a la sociedad. Pero que debido a que la comunicación auditiva es más cómoda que la visual, la radio limita la competencia de otros medios, ésta llega hasta donde no pueden hacerlo la prensa escrita y la televisión. De aquí que la radio en la actualidad constituye un medio ideal de difusión masiva, esto debido a sus peculiaridades.

#### **1.5. Comunicación institucional.**

La comunicación institucional es un aspecto fundamental en el desarrollo del aprendizaje de los educandos. En el Instituto Pedagógico " Ciudad de Cariamanga " donde estamos realizando vuestro trabajo de investigación, luego de

entrevistar a varios profesores de la institución podemos anotar lo siguiente:

La comunicación en nuestra institución de alguna manera ha cambiado de la forma vertical, es decir de un tradicionalismo severo fundamentado en el conductismo, donde el maestro es la única persona que toma decisiones, es dueño de la verdad, hace la exposición de las clases, es el que sabe todo y el alumno un mero receptor de información, como si fuere un recipiente donde se almacena conocimientos sin oportunidad para opinar, ni comprobar la verdad de las cosas.

En la actualidad, en nuestra institución formadora de maestros desde 1991 se viene implementando y preparando a los docentes sobre una nueva concepción de aprendizaje, basada en una comunicación horizontal, en la que participan alumnos y maestros como entes comprometidos con el cambio del pensamiento. Formar personas con criterio definido, crítico definido, crítico, activo, y reflexivo; para lo cual se ha implementado técnicas de aprendizaje grupal, basadas en el constructivismo pedagógico, a través de un entrenamiento aceptable por parte de la DINAMED a los profesores que laboran en esta

institución.

A continuación nos permitimos anotar la opinión del Sr. Profesor Carlos Espinoza, Director de la escuela " Mustiola Cueva de R. " anexa a nuestra institución :

" En nuestra institución, la comunicación se basa en el diálogo directo, información escrita, la radio, televisión , prensa, charlas, conferencias, métodos y técnicas de aprendizaje activo entre compañeros, alumnos-maestros, profesores del IPED " Ciudad de Cariamanga " y niños de la escuela, procurando ser guía, encausador, orientador, especialmente, tratando con niños y alumnos-maestros ".

Ninguno de los maestros encauza la comunicación egocéntrica, desterrando de este modo el monopolio de la comunicación en la cual se encuentra inmerso.

La comunicación institucional se fundamenta en la participación activa de un determinado grupo de alumnos de la escuela y alumnos-maestros del IPED procurando que cada uno de ellos expongan su punto de vista, que aunque sencillos,



tendrán su validez, de acuerdo a su modo de expresarlos y de ellos sacar una exclusión válida exclusivamente para el grupo en acción y su proyección hacia el futuro. Finalmente podemos decir que la comunicación es abierta al diálogo constructivista y siempre mirando una proyección que mantenga la norma del grupo de maestros, que permita lograr una formación integral de los educandos.

Pensamos que la comunicación en la comunidad educativa del Instituto Pedagógico " Ciudad de Cariamanga " es horizontal, aunque puede mejorarse cada vez más.

#### **1.6. Comunicación y educación.**

La posibilidad de comunicación constituye la base y requisito obligatorio de toda agrupación humana. La comunicación es la que hace posible la integración, estancamiento o progreso de los pueblos.

La educación es la forma fundamental de socialización y por lo tanto de la comunicación. Podemos manifestar que mediante la comunicación se permite el acceso a la humanización, siendo la

relación intergrupala causa del desarrollo estructural organizativo de la vida colectiva, y que mediante la relación interpersonal se consolidan y conservan los patrimonios establecidos en cada una de las etapas de la historia.

La comunicación se presenta distinta a la mera información dado que incluye la idea de cambio. Es ahí donde se produce la confluencia entre comunicación y educación, puesto que la educación se propone lograr en el educando la incorporación de conocimientos, creencias, y actitudes provocando comportamientos de acuerdo a los modelos previamente establecidos.

Educar es influir para conseguir ciertos propósitos. Citando literalmente a Cólom, diríamos que la comunicación es en Pedagogía " la acción educativa determinada por la relación de la influencia e interrelación, que sostienen dos o más personas que intercambien información en función de unas normas, valores, significaciones, o un sistema cultural, con el ánimo de lograr la formación del sujeto ".

La educación sistemática e intencional son

sistemas de comunicación interpersonal siendo los mensajes seleccionados y estructurados de acuerdo a los propósitos y capacidades receptoras del educando.

Para García Carrasco la selección de los " Estados del mensaje en el emisor ", además del conocimiento de éste tenga de los efectos producidos por el mensaje, son éstos dos aspectos diferenciadores de la educación con respecto a otros tipos de comunicación.

La educación es elemento decisivo de comunicación o incomunicación:

- a) En el orden de los valores vigentes en el seno de la sociedad global y de los distintos subgrupos.
- b) En cuanto al grado de integración o comportamentalización de aquella: y,
- c) Dentro de la misma comunidad escolar.

En efecto educar es transmitir pautas de comportamiento científico técnico (instrucción) y

moral (formación de la personalidad). (10).<sup>10</sup>

La educación a través de los medios de comunicación de masa ha adquirido gran importancia . Hoy en día son muchos los sociólogos que hablan de una cultura de masas como opuesta a la cultura escolar o al menos diferente de ella.

En países subdesarrollados mucha de la gente que aún no ha terminado una instrucción primaria recibe información de la radio, la televisión, del periódicos, de libros, de revistas, etc. Creemos que uno u otro medio con diversa intensidad, por lo general es accesible a una gran mayoría de personas.

#### **1.7. Elementos de la comunicación.**

Cuando una persona busca comunicarse con alguien, está tratando de establecer una comunidad con él. Busca una sintonización entre ambos. Este proceso se da en las conversaciones cara a cara, en las llamadas telefónicas, en la

---

<sup>10</sup> ARANGUREN, José Luis, La comunicación humana. Ediciones Guadarrama, Madrid 1975, Página 158.

se llegue a calificar a calificar a ninguno como exacto o verdadero, ya que la comunicación es un proceso susceptible de cambios, según sus circunstancias.

En la Retórica, Aristóteles dijo que tenemos que considerar tres componentes en la comunicación: El orador, el discurso, el auditorio. <sup>11</sup>

Con ello ya ponía los elementos más indispensables para que haya una comunicación:

- a) La persona que habla,
- b) El discurso que pronuncia y,
- c) La persona que escucha, en caso de que uno de estos elementos falte no habrá comunicación, no habrá discurso.

Además se debe anotar que la comunicación al principio no fue estudiada como un fenómeno o proceso social. Se la estudio como un proceso mecánico, eléctrico, por lo que el matemático

---

<sup>11</sup> BERLO, David K. En su obra afirma que Aristóteles en su obra " Retórica " sostiene que en la comunicación se debe considerar tres componentes : el orador, el discurso, y el auditorio.

de estos elementos falte no habrá comunicación, no habrá discurso.

Además se debe anotar que la comunicación al principio no fue estudiada como un fenómeno o proceso social. Se la estudio como un proceso mecánico, eléctrico, por lo que el matemático Claude Shannon en 1974, al referirse a la comunicación electrónica puso como componentes los siguientes elementos :

- a) Una fuente,
- b) Un transmisor,
- c) Una señal,
- d) Un receptor,
- e) Un destino.

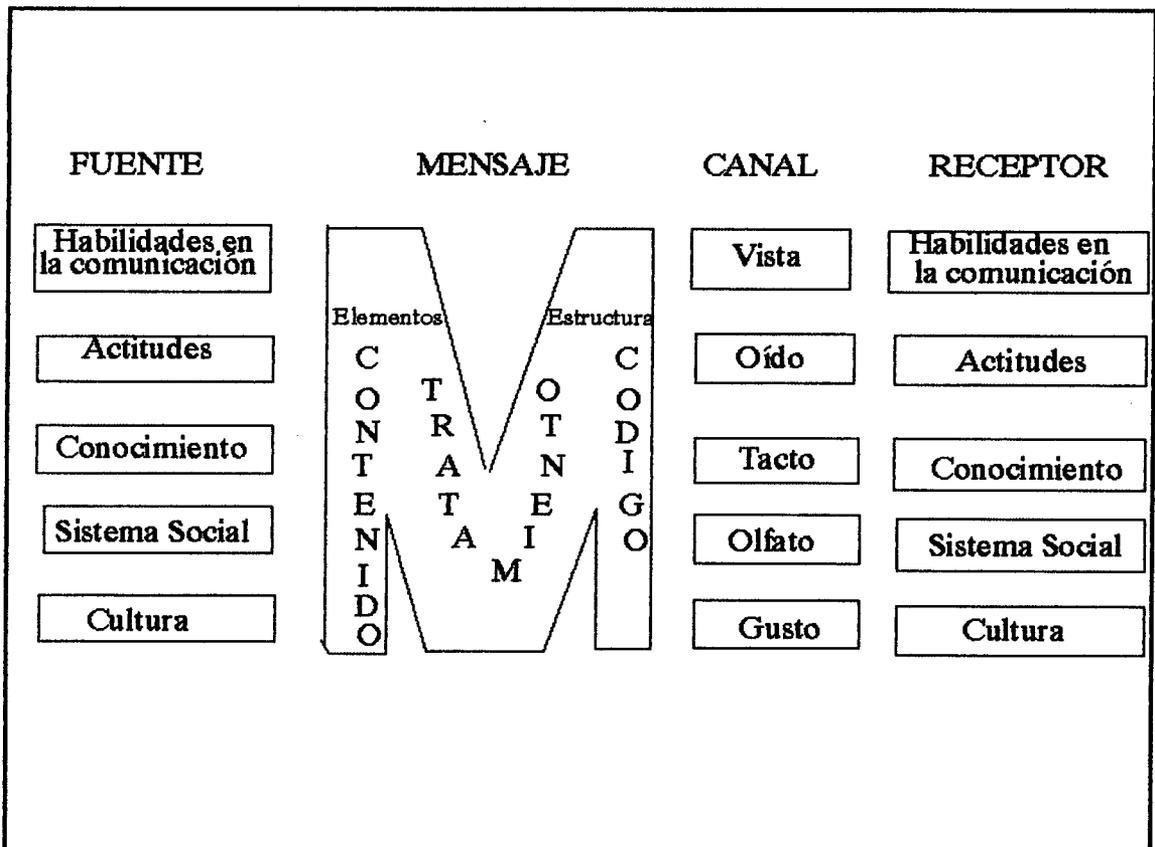
Elementos que podemos reemplazarlos a la comunicación social con : El orador, el discurso, el auditorio: sobrándonos un transmisor y un receptor.

Existen otros modelos del proceso de comunicación desarrollados por Scharamm, Westley, y McLean, Fearing, Jonhson, etc. Todos ellos similares diferenciándose solo en la terminología, o el número de elementos.

Actualmente, los estudiosos han acordado en relación a la comunicación los siguientes elementos:

- a) Fuente,
- b) Mensaje,
- c) Canal, y
- d) Receptor.

El autor Berlo, en su obra : El proceso de comunicación, página 55, representa los elementos citados de la siguiente manera :



- Fuente.- Es la encargada de producir o enviar el mensaje por algún medio o otra persona. La fuente debe poseer habilidades y destrezas suficientes para que el mensaje llegue al receptor. Esta está influenciada por diversos elementos que conforman su personalidad.

La Fuente conocida también con los nombres de emisor o comunicador es la persona que habla o que escribe, una estación de radio, una estación de televisión, etc.

- Mensaje.- Es cualquier señal, cuyo significado puede interpretarse : Un onda sonora en el aire, la tinta en el papel, un gesto, etc. Llega ha ser el contenido de la comunicación, los pensamientos, sentimientos, emociones. El mensaje puede ser enviado a través de diferentes canales como la voz, la radio, la televisión, el periódico, revistas, etc.

Para que el mensaje tenga validez debe estar antes codificado u ordenado, estructurado, capaz que el receptor interprete claramente el pensamiento de la fuente o emisor.

Además debe ser claro, sencillo, natural, preciso, objetivo, directo, original, y conciso.

- Canal.- Es el vehículo del cual se vale el mensaje para llegar al receptor, utilizamos los órganos de los sentidos , la voz, la radio, la televisión, etc.

- Receptor.- Viene a constituirse la persona que recibe el mensaje. Al igual que la fuente este también sus habilidades, destrezas, conocimientos, un sistema social, una cultura, etc.

Para lograr fidelidad en la comunicación debemos analizar los factores que intervienen en cada elemento del proceso de la comunicación. El análisis lo haremos teniendo presente que los modelos antes citados puedan reducirse a los siguientes: fuente-encodificador, mensaje, canal y receptor-decodificador.

#### **1.7.1. La fuente.**

Una fuente de comunicación luego de definir el objetivo que desea alcanzar de su receptor, selecciona la mejor forma de

encodificar el mensaje. Existen cuatro factores que pueden aumentar la fidelidad de la comunicación :

- a) Las habilidades de la comunicación;
- b) Las actitudes;
- c) El nivel de conocimientos; y ,
- d) El sistema socio cultural.

**a) Las habilidades de la comunicación.-**

La fuente expresa sus pensamientos de diversa maneras y con distintos medios así tenemos que las habilidades son encodificadoras: hablar y escribir; dos son habilidades decodificadoras : leer y escuchar, una quinta que nos sirve tanto para encodificar o decodificar : la reflexión o el pensamiento. Además cabe indicar que existen otras habilidades encodificadoras como la pintura, el dibujo, la gesticulación.

Estas habilidades determinan de dos maneras la fidelidad de la comunicación ; una analítica, es decir la habilidad de escoger la palabra apropiada y la sintética

: que es la habilidad de combinar las palabras para una mejor expresión.

Si utilizamos la escritura no es suficiente saber escribir, sino escribir correctamente, esto es utilizar las palabras con propiedad para que nos entiendan ; con ortografía para que la atención del receptor no se distraiga, con sintaxis, concordando unas palabras con otras. Además es necesario una correcta pronunciación, una gesticulación adecuada y una mímica apropiada, es decir debemos ser unos gramáticos prácticos.

A estas habilidades se suma la quinta; el pensamiento, el arte de reflexionar ( De usar el pensamiento). Esta habilidad es la que nos indica el objetivo, el propósito claro del mensaje. Podemos entrar a discutir si el pensamiento origina el lenguaje o el lenguaje origina el pensamiento. Platón decía que el lenguaje origina el pensamiento. Berkeley, por el contrario, sostiene que el pensamiento origina el lenguaje. La Psicología, actualmente, sostiene que el pensamiento empieza en el

estímulo en la experiencia.

Para nuestro fin es suficiente decir que las unidades del pensamientos corresponden a unidades del lenguaje a tal punto que no podemos pensar en algo que no tenga término idiomático. De ahí que sostenemos que nombrar es esencial para pensar que los términos idiomáticos y sus formas de usarlos afectan directamente nuestro pensamiento y las formas de pensar.

**b) Las actitudes.**- Las actitudes inciden en la fuente, en la forma como se comunican , así; la actitud hacia si mismo, actitud hacia el tema que se trata y actitud hacia el receptor.

- Actitud hacia si mismo.- El hombre puede tener una actitud positiva o negativa, sentirse pesimista u optimista, altamente significativo, tímido o liberado, acomplejado o seguro, no preparado o sobrevalorado. Según sean sus actitudes hacia si mismo será el mensaje que puede enviar al receptor.

- Actitud hacia el tema que se trata.- La actitud hacia mismo no es la única que afecta a la conducta de la fuente de comunicación sino también por su actitud hacia el tema a tratar. Puede influenciar en el mensaje la simpatía o antipatía que la fuente tenga hacia los demás. A la persona que la apreciamos la escuchamos.

Disimulamos todos sus errores. Es cierto que la fuente se proyecta en su mensaje, de ahí la importancia de actitud hacia el tema. Los agentes vendedores por ejemplo deben ser fervientes admiradores de los productos que anuncian, de la misma manera una fuente que no cree en el mensaje, jamás podrá alcanzar eficacia en la comunicación.

- Actitud hacia el receptor.- La tercera clase que afecta la conducta de la fuente de comunicación es la actitud de ésta hacia el receptor; hacia el otro individuo en el proceso. La fuente debe tener una actitud desfavorable, creerse superior o inferior. La actitud negativa va hacia el receptor, afecta el mensaje emitido por la fuente y afecta la forma en que la gente habrá de responder ha dicho mensaje.



Cuando el auditorio o lector se dan cuenta de que el orador o el escritor los aprecia, prestan su colaboración, evitando las críticas, siendo más receptivos. Aristóteles llamó a esta característica percibida por el orador, " Ethos ", calidad del orador que constituye un llamamiento directo al que escucha. Podríamos enumerar otras actitudes asumidas por las fuentes de comunicación que afectan su proceso, creemos suficientes las anteriores citadas. Aquí cabe señalar que mientras más positivas son estas actitudes mayor fidelidad alcanzará la comunicación.

**c) El nivel de conocimientos .-** El dominio del tema o nivel de conocimientos es otro de los factores que inciden en la eficacia de la fuente. Es obvio que no se puede comunicar lo que no se sabe: " Nadie da lo que tiene " , no se puede explicar lo que no se entiende. Por lo contrario el estar saturado de ciencia también es perjudicial para la eficacia de la comunicación : los sabios son poco o nada didácticos. El uso técnico del idioma impide, a veces, al receptor una perfecta comprensión. El

profesor debe saber cómo enseñar lo que sabe. Será un buen comunicador aquel que tiene capacidad para realizar un análisis de todo los elementos del proceso y de todas aquellas circunstancias que afectan a él, al receptor y a todos los elementos que intervienen en la comunicación, desechando aquello que lo sea negativo y aprovechando todas las circunstancias positivas.

**d) El sistema socio-cultural .-** En el hombre encontramos influencias económicas y sociales, motivo por el cual es importante analizar el sistema social en el que se encuentra la fuente y el receptor porque necesariamente afectaran en la comunicación : el rol que desempeña, el prestigio que tiene, las funciones que lleva, la cultura, los valores que observa, lo que piensan los demás de él, sus formas de conducta, lo que se espera de los demás y lo que los demás esperan de él.

El hombre no se comunica con facilidad cuando pertenece a clases sociales diferentes, cuando tienen diferentes antecedentes culturales, ya que la clase

social y el grado cultural influyen en el código a usarse, en las palabras empleadas y en su significado, en la elección de canales, mensajes, etc.

No debemos olvidarnos de las habilidades comunicativas, de las actitudes, del nivel de conocimiento, y de la situación socio-cultural, si queremos realizar una excelente comunicación con alta fidelidad.

#### **1.7.2. El decodificador-receptor.**

Es otro de los elementos del proceso de comunicación, el decodificador-receptor es la persona que se halla en uno de los extremos del proceso de comunicación. Este debe ser de la misma naturaleza de la fuente; ya que el receptor, al mismo tiempo es fuente, porque debe dar una respuesta.

Si el receptor carece de habilidades comunicativas no podrá recibir el mensaje o lo recibirá mal. Si su actitud hacia sí mismo, hacia el tema y hacia la fuente es negativa, la comunicación no será efectiva ni fiel. Si pertenece a otro estado civil y

cultural distinto que el de la fuente ,  
difícilmente asimilará el mensaje .

Dentro del nivel de conocimientos del receptor, el no entenderá el mensaje sino conoce el código, si ignora todo el contenido del mensaje, si no conoce la naturaleza del proceso de la comunicación en si, lo que hará que haya inferencias incorrectas en relación a la intención de la fuente, fracasando en sus propios intereses.

No podemos reconocer a alguno de elementos de la comunicación como fundamental. Lo que sí podemos es señalar la importancia que tiene el receptor en el cumplimiento de los objetivos, de la fuente. Si deseamos una comunicación efectiva, el receptor es eslabón más importante del proceso de la comunicación pues si él no da la respuesta , la fuente se ha hablado a sí mismo. Cuando se escribe lo que importa es el lector. Cuando se habla lo importante es lo que se escucha. De ahí que cuando se planifique un mensaje, el receptor es el guía en el escoger de los demás elementos: código, canal, mensaje, etc. Se seleccionará

un código que conozca mejor al receptor. Se escogerá una estructura del mensaje que pueda ser captada íntegramente por él. Se utilizará un canal que llegue al receptor y se eliminarán los factores que impidan al receptor recibir el mensaje, eligiendo aquellos que ayuden al receptor a dar una buena respuesta.

De todo lo dicho es necesario anotar las dos clases de consideraciones que generalmente hacemos los hombres sobre las cosas: una completa o monádica que es la consideración teniendo en cuenta sólo el punto de vista personal o propio; y la otra consideración diádica que consiste en considerar las cosas desde el punto de vista propio y del de los demás : el mensaje debe vérselo desde el punto de vista de la fuente y desde el receptor .

### **1.7.3. El mensaje.**

El mensaje se lo ha definido como el producto físico verdadero del emisor - encodificador. Cuando hablamos, nuestro discurso es el mensaje; cuando escribimos,

lo escrito; cuando realizamos una pintura el mensaje es el cuadro ; y cuando gesticulamos los movimientos de nuestros brazos, las expresiones de nuestro rostro esto constituye el mensaje.

Las factores que condicionan la fidelidad del mensaje son: el código, el contenido, y la forma de transmitirlo.

a) **El código del mensaje.**- Código llamaremos aquí a un conjunto de símbolos (elementos) que pueden ser estructurados de tal manera que tengan algún significado para alguien.

De ahí que podemos utilizar un grupo de elementos (vocabulario) que puede combinarse en forma significativa (sintaxis) para expresar algo . Son códigos de comunicación reconocidos: los idiomas, la música, la pintura, el baile, las artes en general, la televisión, las producciones radiales, publicitarias, etc.

La enseñanza exige un código: los conocimientos, y sentimientos del profesor.

Estos deben ser estructurados en un código, que sea reconocido por los alumnos. De ahí que será un buen profesor el que más conocimientos tenga y mejores sentimientos manifieste y que mejores habilidades posea para comunicarlos.

Un buen profesor deberá reflexionar sobre:

- Qué código utilizar ( El más comprensible: vocabulario, música, colores, juego, etc. ).
- Qué elementos del código serán más convenientes.
- Qué método de estructuración será la mejor, a todo ello se sumará la intención de la fuente; enseñar a los alumnos, hacerlos descansar, cambiar conductas, etc.

**b) Contenido del mensaje.**- El contenido del mensaje responde a la interrogante ¿ Que transmitir ?. También el contenido posee elementos y estructuras ; la información consta de los datos de los cuales unos

bienen antes que otros, guardando un orden lógico. La forma o manera de disponer las afirmaciones determina en parte, la estructura del contenido.

c) **Tratamiento del mensaje.**- Al hablar del código y del contenido hemos sugerido que la fuente-encodificador, tiene la posibilidad de hacer elecciones. Al encodificar un mensaje la fuente puede escoger uno u otro código o uno u otro método de estructurar los elementos de su código.

Al presentar un mensaje la fuente puede seleccionar una u otras informaciones . El codificador al elegir los elementos y estructuras tanto del código como del contenido, toma decisiones demostrando así su estilo de comunicación, por lo que se dice que el tratamiento de un mensaje está dado por las decisiones que toma la fuente de comunicación al seleccionar y estructurar los códigos y el contenido.

Por lo general, el tratamiento del mensaje se refiere a las decisiones que toma

la fuente en cuanto a la forma de emitirlo; a las elecciones que debe hacer con respecto al código y al contenido; y, también con respecto al método para emitir adecuadamente un código y un contenido.

El tratamiento del mensaje se basa en primer lugar en la personalidad de la fuente-encodificador y en todos los factores estudiados sobre ella. Además, en la personalidad del receptor, el conocimiento del código, los intereses, etc.

#### **1.7.4. El canal.**

El canal es uno de los elementos de la comunicación. Desde el punto de vista del encodificador y decodificador, el canal es todo mecanismo que sirve para emitir o receptor un mensaje. Si el mensaje se hace a través de la palabra, el canal será en el encodificador el mecanismo verbal, y en el decodificador el mecanismo auditivo. Si el mensaje es oral el canal será las ondas sonoras que llevan la voz desde el mecanismo verbal de la fuente hasta el mecanismo auditivo del receptor. En el mensaje verbal

el aire sostiene el transporte o las ondas sonoras.

### 1.8. Efectos de los medios de comunicación.

Los medios de comunicación social desde los tiempos más remotos han ocasionado efectos importantes en las culturas de todas las generaciones, por tal razón se considera a la comunicación como a la función básica en la vida cultural de la sociedad.

La comunicación tienen su inicio a través de los medios naturales como gestos, fonemas, instrumentos sonoros y señales. Con el adelanto permanente de la cultura, se ha dado paso a los medios técnicos de la escritura. imprenta, fotografía, telegrafía, telefonó, fonógrafo, cine, radio, prensa, y televisión. Con su perfeccionamiento los medios de comunicación social en la actualidad han llegado a ocupar los más altos sitios dentro de la cultura de nuestra sociedad.

En el presente siglo, los medios de comunicación masiva, como la prensa, la radio, la televisión por su desarrollo y aplicación da

origen a cambios fundamentales en la sociedad y en su vida cultural, por cuanto produce efectos instantáneos, logrando una difusión universal a través de los satélites. Tales es el caso de que cualquier parte del mundo puede conocer los acontecimientos culturales, sociales, deportivos, acontecimientos muy diversos y de toda índole que ocurre en nuestro mundo al instante.

Los medios de comunicación masiva transmiten las figuras y acontecimientos de todo el mundo, a través de las funciones comunicativas, las que causan en el oyente la impresión de una vivencia real y natural. Solo con los medios de comunicación masiva es posible conocer la naturaleza y cultura de nuestro mundo y estar a disposición de todos los hombres.

La experiencia natural del hombre capta la realidad inmediata de manera intuitiva de espacio y tiempo así como las características y categorías de los acontecimientos de la naturaleza. La experiencia puede ser secundaria cuando los acontecimientos o fenómenos son transmitidos artificial y técnicamente por los medios de comunicación.

El efecto de la radio sobre el hombre y las grandes masas se la puso a prueba y ha sido estudiada científicamente a gran escala. En nuestro tiempo la radio es uno de los medios de comunicación más importante por permitir una información actualizada que satisface la necesidad de los pueblos. Los intereses son de orden cotidiano que les permite vivir y ejercer su vida y profesión. La radio siempre se escucha con gran interés, por los transportistas, agricultores, profesionales, amas de casa y las masas en general, porque la información que reciben les ayuda a desarrollar sus vidas de una mejor manera.

La radio no solamente surte efecto como informador sino también produce efectos culturales por medio de los discursos de los estadistas, políticos, y agitadores, influyen en las grandes masas populares para lograr la paz y la revolución de los pueblos. La radio por su costo y alcance en las grandes masas a logrado un primer sitio dentro de los medios de comunicación ya que constituye un instrumento más habitual para las personas.

La radio mediante la función estimulante

alcanza sus propósitos a través de permanentes transmisiones musicales, donde es posible intercambiar los diferentes tipos de música y canto.

La televisión es otro de los medios de comunicación que está logrando grandes éxitos en la tarea de la información a las masas. A diferencia de la radio, es un aparato técnico donde se registra la transmisión y recepción, suele estar asociada a la radiofonía, pero se diferencia de la radio por sus instalaciones técnicas y su proceso comunicativo. Por esta razón cada medio de comunicación surte efectos específicos.

Los efectos de la televisión tienen sus características particulares y no se puede pasar por alto la influencia de los sentidos, estado de ánimo, sensaciones vitales asociadas a la vida y al oído. La televisión con sus producciones televisuales origina una emoción artificial en el televidente que no es natural en su vida.

La presentación de los programas de la televisión esta llena de tensión dramática, acontecimientos aciagos, catástrofes,

intervenciones quirúrgicas y todos los adelantos científicos, culturales, deportivos que se producen en todo el mundo. Se lo observa a través de la televisión al mismo instante que se producen estos acontecimientos y de la manera más espectacular. Aquello produce en el espectador, según su condición psíquica, efectos de shock o stress ya que estos efectos televisivos superan las vivencias análogas y experiencias naturales.

La televisión es uno de los medios de comunicación más importantes, ya que las noticias políticas, económicas, etc., ayudan a las personas y profesionales al desarrollo de sus vidas. Lo que se escucha en la radio y lo que se lee en la prensa tratan de confirmar a través de la imagen. Pero la televisión tiene que tomar en cuenta la planificación de su programación, la que estará relacionada directamente con los intereses de los televidentes y de acuerdo a las edades cronológicas.

La televisión tiene que sujetarse a las funciones de la comunicación reguladora, especialmente, en sus cuatro campos: publicidad, educación, programación y orientación espiritual. Si cumple con estos cuatro propósitos, se podrá

lograr efectos positivos y el adelanto cultural; caso contrario los efectos serán negativos al desarrollo de nuestra sociedad.

La prensa escrita es uno de los medios de comunicación más antiguos, que el hombre ha creado y ha logrado a lo largo de toda su historia. A través de escritos, la humanidad, expresó y expresa sus pensamientos e ideas y en diferentes materiales, hasta llegar al origen de la imprenta y por ende la prensa escrita propiamente dicha.

La prensa escrita es un medio muy importante de la comunicación y se fundamenta en la transmisión de material publicitario, desde la redacción hasta el público, a través de la imagen y la prensa escrita.

Los adelantos tecnológicos y el factor económico que interviene en la elaboración de la prensa escrita, facilita la presencia de la misma. En las grandes ciudades de nuestro país, se presenta a los lectores la prensa escrita en ediciones matutina y vespertina, con la finalidad de llegar a ellos con las noticias de más reciente actualidad. Comerciales de interés

general, entretenimientos, temas culturales, económicos, políticos, deportivos, avisos clasificados, son aspectos principales de su presentación. Los editores, redactores y más colaboradores se preocupan de realizar un material impreso de muy buena calidad en cada una de sus secciones y en todo el texto general, buscando siempre una comunicación reguladora.

La prensa cumple con el objetivo para la que fue creada, que es, ayudar a alcanzar el desarrollo cultural de la sociedad; es decir, surte el efecto de una comunicación intencional.

La prensa escrita dentro del desarrollo del interaprendizaje, en los diferentes centros y niveles educativos, constituyen un recurso didáctico importancia y por su valor económico en relación con los textos de consulta, pues, se lo puede encontrar con facilidad, permitiendo conocer lo que sucede en nuestro medio y mundo en que vivimos.

En el nivel pre-primario y primario, la prensa es un recurso didáctico de gran importancia porque permite realizar una interaprendizaje más efectivo, real, práctico,



creativo en todos los dominios y áreas de estudio. La prensa facilita el recortado, pegado, plegado, de letras, gráficos, paisajes, personajes, nombres, crucigramas, juegos creativos, la lectura comprensiva, expresiva, etc., progresivamente como avance en su inter-aprendizaje, tendrá mayor capacidad para aprovechar y utilizar los beneficios que nos presta la prensa dentro del campo de la investigación.

Los estudiantes de los colegios y universidades, en las diferentes áreas de estudio, tienen en la prensa un recurso didáctico o de material de consulta de fácil adquisición, con conocimientos más actualizados y con diferentes temáticas en sus diferentes secciones, que satisfacen a quienes requieren información.

Los principales colegios o centros educativos de nuestro país, realizan la colección de los diferentes diarios, conformando de esta manera la hemeroteca, que se constituye en un elemento de gran importancia para la investigación de los educandos, lo que les permite lograr su propio aprendizaje. En nuestro medio sólo dos colegios coleccionan los diarios

del país, el resto, por la situación económica o por darle la debida importancia a la hemeroteca en el inter-aprendizaje no lo realizan.

Finalmente, podríamos decir que los maestros tienen que darle el uso y la importancia que tiene la prensa escrita como un recurso didáctico que facilita el inter-aprendizaje y el desarrollo integral de los educandos.

#### **1.9. Fundamentos de una buena educación.**

La comunicación es arte y ciencia que permite al hombre alcanzar los mejores logros o fracasos dentro del desarrollo de todas las actividades cotidianas que le toca vivir. Una buena comunicación y elocuencia efectiva le permite alcanzar los mejores logros de la vida.

Una persona puede ser un genio en cualquiera de las ciencias, un master, un especialista, con todas las habilidades y cualidades sobresalientes, pero si no tiene la capacidad o una buena y efectiva comunicación no producirá el beneficio deseado para la comunidad que le rodea.

Todas las situaciones que el hombre

encuentra a diario en su camino; tristeza, alegría, amor, penas, éxito, fracasos, ilusiones, desilusiones deben ser compartidos. Solo la comunicación nos permite suavizar todas estas situaciones y es posible transformar los problemas, y derrotas en victoria que faciliten y permitan el éxito en la vida. Pues el poder de comunicar y motivar a otro en favor, es el arte supremo de los asuntos humanos.

Un gran porcentaje de personas tienen una inclinación negativa en la realización de sus actividades, inclinación al fracaso, que se origina porque no tiene confianza en si mismo, a la pérdida y a lo que diga la gente. Se puede superar el fracaso cuando existe valentía y mayor confianza en si mismo. La confianza es opuesta al temor o al fracaso. Para lograr la confianza debemos las personas fundamentarnos en el conocimiento y la experiencia de lo que va a decir y hacer con el fin de despertar el interés de las personas que nos escuchan. La confianza nos permite derrotar el nerviosismo, temores, timidez, etc.

El hombre al comunicarse debe saber como trabaja la mente humana. Debe darse cuenta que

está trabajando con seres humanos, y por lo tanto tiene que conocerles como tal, es para poderles entenderles, ya que una persona o grupos de personas no pueden ser igual a otra persona o grupo de personas. Debemos conocer como el hombre se desarrolla psicológicamente. Debemos conocer las diferencias individuales, el nivel de cultura, el ambiente donde se desarrolla. Para comunicarnos adecuadamente debemos tomar en cuenta estas consideraciones principales. Es indispensable utilizar el lenguaje preciso, claro, directo mecanismo con el que podemos acercarnos y hacernos entender lo que queremos comunicar. Por esta razón es muy necesario conocer primeramente estos fundamentos para lograr una buena comunicación.

Los fundamentos para lograr una buena comunicación, son determinados factores que permiten lograr el éxito de la comunicación de los mismos que " Dependerán de la forma como se presente la persona, de lo que diga, de como lo diga, y de lo que haga ".<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> BENNETT, Millad y CORRIGAN, John D. Éxito en la comunicación y elocuencia efectiva. Segunda edición. Editorial DIANA. Junio 1976 México.

Para logra ésto, es necesario que se realice un esfuerzo por lograr el dominio de los fundamentos de una buena comunicación o comunicación con éxito y ponerlos en práctica en el convivir diario. A continuación anotaremos algunos fundamentos de la buena comunicación.

### 1.9.1. Qué hace a la gente escuchar ?.

En muchas reuniones podemos escuchar conversaciones que giran sobre un determinado tema y otras con temas muy variados e interesantes. Nosotros no debemos caer en el primer tipo de conversación o de un solo tema o peor aún de exaltación personal por cuanto alejan a las personas que se encuentran en la reunión. Las conversaciones o comunicaciones interesantes, deben estar fundamentados en los intereses de los miembros de esta comunicación, lo que permitan que abran su mente y su predisposición a escuchar y entender el mensaje que queremos comunicar. Hay que esforzarse por realizar una conversación interesante, evitando a toda costa, las conversaciones repetitivas, superficiales. Es bueno realizar una

conversación ligera, alegre y vivaz para relatar historias entretenidas, con humor que ayuden a mejorar el ambiente de la reunión.

### **1.9.2. Las palabras correctas.**

Para lograr una buena comunicación es de suma importancia tomar en cuenta las palabras correctas, que se fundamentan en la preparación, producto de una investigación consciente y hacer creer al auditorio su elocuencia y que realiza la comunicación sin ninguna preparación y esfuerzo mental. La palabra correcta también nos permite fijar una connotación positiva en la persona y afirmar que se dice la verdad, es decir un orador debe expresar la palabra correcta y adecuadas con el mensaje y de acuerdo a nivel del auditorio, de manera concreta y directa y no presentar ambigüedades que den lugar a otras suposiciones que distorsionen el mensaje verdadero.

### **1.9.3. Control de la distancia.**

Para lograr una buena comunicación es

necesario lograr una distancia de 1 a 2,50 m. lo que nos permitirá realizar un control y una comunicación buena, directa y acompañada de paseos y a lo largo del pasillo central. Al momento que se acerca a los alumnos, se debe disminuir el volumen de la voz, dando lugar a que quiere sugerir un significado especial y alejándose se eleva la voz hasta lograr un estilo o momento solemne . Este fundamento permite conseguir énfasis y variedad.

El maestro, el orador, o cualquier persona tiene que realizar este control de la distancia y sólo si lo aplicamos correctamente se podrá lograr una buena comunicación.

#### **1.9.4. Control de la voz y del cuerpo.**

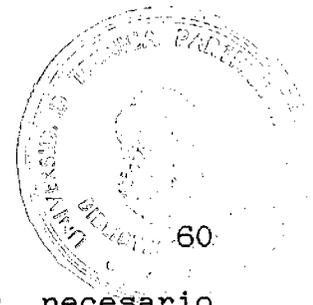
El control de la voz, volumen, velocidad, gesticulación y movimientos dentro de una comunicación deben ser moderados y en relación directa con la misma distancia del público, mayor volumen de voz. Si no se toma en cuenta este control, nuestras palabras perderán efectividad.

El tono de voz tiene efectos similares. El tono de voz alto no es alto porque irrita a los oyentes y produce desatención. De igual manera, el tono de voz bajo, ocasiona desatención y desinterés al mensaje que queremos comunicar. La utilización correcta del tono de voz de una manera adecuada permite alcanzar un matiz significativo en la comunicación.

El volumen, velocidad, gesticulación, y movimientos tienen cambios notorios en la asimilación de un mensaje, ya que tienen cambios que realizarse de la manera más natural. La aplicación de este fundamento nos dará un gran éxito en nuestra comunicación.

**1.9.5. Primero convertirse en un buen conversador.**

Otro de los fundamentos que nos permite lograr una buena comunicación es convertirse en un buen conversador, ya que la mayor parte de nuestra comunicación se realiza durante plática amistosa con otras personas y que también se la puede llamar



comunicación o conversación. Es necesario cumplir con este fundamento para que todas las personas podamos conversar.

En la actualidad por el sistema de vida al cual está sometido el hombre para vivir, muchos de ellos están perdiendo la habilidad o arte de conversar. En las grandes ciudades no se conocen, ni conversan con los vecinos y existen personas que solamente responden con monosílabas; si, no, etc.

El arte de conversar estimula la memoria, lo cual permite al hombre asociar todos los conocimientos, experiencias y expresarlos con fluidez, actualidad e interés. Para desarrollar una buena comunicación es necesario mejorar permanentemente nuestro nivel cultural y tener un conocimiento real de lo que sucede en la actualidad en nuestro mundo.

#### **1.9.6. Técnicas para una buena conversación.**

Una de las técnicas que nos permite realizar una buena conversación es la preparación o conocimiento de algunos temas

interesantes los mismos que le permitirá con facilidad en la conversación, caso contrario, si solamente tenemos el conocimiento de un solo tema, la conversación se convertirá en monotonía y no mantendrá el interés de las personas que lo rodean. El conocimiento o preparación intelectual de las personas para realizar una buena conversación, necesita de mucho esfuerzo, de ahí la importancia de esta técnica.

Como segunda técnica para una buena conversación, es la habilidad para hacer elogios de manera sincera y en el momento oportuno, ya que las personas recibimos con agrado un poco de adulación. Reconocer los logros de una persona, sus virtudes, sus habilidades en los deportes, sus éxitos en el trabajo, la buena preparación de alimentos de ama de casa, la elegante forma de vestir o cualquier otra situación sobresaliente, es parte importante de una buena conversación.

Otra de las técnicas para una buena conversación es la habilidad que Ud. debe

desarrollar para realizar las preguntas sobre lo que le interesa hablar a las personas con quienes estamos conversando. Si conversamos con un médico, podemos iniciar una conversación preguntando sobre la salud infantil, logros en la medicina, las enfermedades que se presentan en la comunidad y en el mundo entero, etc.

#### **1.9.7. La falta de tacto destruye las amistades.**

La falta de tacto en las personas es producto de la falta de cortesía y sensibilidad hacia los sentimientos de otros de personas; es decir, no respetamos a los demás, actuamos de manera que tratamos de humillar a las personas que están con nosotros, lo que puede determinar cuando se presentan las siguientes características:

- Cuando interrumpe.
- Cuando discute y contradice.
- Cuando no respeta la opinión de los demás.
- Cuando hace comentarios desagradables.

La persona con tacto tiene características muy opuestas a las anteriores escritas. Es generosa, simpática. Tiene muchos amigos, desarrolla el arte de la conversación hasta convertirse en un orador y en buen comunicador social.

## **CAPITULO II**

### **LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CIUDAD DE CARIAMANGA**

## 2.1. La radio.

En este capítulo exponemos información en relación a las radios locales y su programación diaria. De igual manera con los canales de TV. Al mismo tiempo presentamos un análisis de la programación diaria, cumplida por estos medios de comunicación colectiva. Para el efecto hemos realizado la observación necesaria de cada uno de los programas emitidos por los diferentes canales de TV., originados en Quito y Guayaquil. En relación a los programas radiales locales, afirmamos que desde mucho tiempo atrás venimos escuchando sus programas diarios. Ellos, en su mayoría, se conservan año tras año.

### 2.1.1 . Sistemas de emisoras Cariamanga A.M. y F.M.

#### **RADIO CARIAMANGA A.M.**

Siendo uno de los interesados por el adelanto y progreso del cantón Calvas, el Dr. Jorge Montero Rodríguez y gracias a la colaboración de su esposa e hijos, así como también al apoyo de la ciudadanía hizo posible que la familia Montero Bermeo adquiriera un medio de comunicación, al mismo que le pusieron el

nombre de Radio Cariamanga en honor a la tierra que los vio nacer con su frecuencia de 1460 KHZ y una potencia de 5000 WATH. Su transmisor se encuentra en las colinas de San Juan con una antena de 48 metros de altura y un transmisor de 5 Kw.

La radio Cariamanga A.M. se instaló por el año 1983 saliendo al aire en prueba el primero de mayo del mismo año.

Posteriormente el Rvdo. Padre Esteban Nargánez García el día 24 de Julio de 1983 bendijo los equipos y de esta forma se inauguró la primera radio con cobertura provincial. Sus estudios se encuentran ubicados en Cariamanga entre las calles 18 de Noviembre y Centenario desde donde se transmiten sus señales para toda la provincia de Loja.

Entre los objetivos por los cuales se creó la radio Cariamanga A.M. están:

1. Ayudar al desarrollo de los pueblos del Sur de nuestra patria.
2. Lograr acceder hasta los grupos sociales más marginados con programas de carácter social

- y formativo.
3. Dar a conocer las noticias de forma oportuna y veraz.
  4. Estimular con su propaganda y publicidad el desarrollo de las actividades socio-económicas.

La radio se encuentra bajo la dirección del Dr. Jorge Montero Rodríguez gerente propietario de dicha estación radial.

#### **RADIO CARIAMANGA F.M.**

Nada haya marcado con huella tan indeleble a nuestro contradictorio y dramático siglo veinte como el fenómeno de la comunicación colectiva.

La revolucionaria tecnología de la radio, el impacto de la televisión son factores tan obvios, cotidianos e influyentes, sobre la existencia del ser humano contemporáneo.

La sed de información, que se satisface de modo casi inmediato, inclusive respecto de episodios ocurridos dentro de los mas remotos parajes del planeta; los poderosos movimientos del alma colectiva, guiados por editorialistas,

comentaristas y analistas; la sorprendente creatividad de la propaganda, son algunas manifestaciones del fenómeno esencial de la comunidad colectiva y que motivó a los propietarios de radio Cariamanga adquirir otra emisora en F.M., conformando de esta forma el sistema de emisoras Cariamanga en A.M. Y F.M.

La radio Cariamanga en F.M. con sus frecuencias 105.7 y 96.7; potencia 1 KW, sus antenas en la colina del TUN TUN y en Loja en el Villonaco, sector Ventanas. Sus estudios se encuentran ubicados en Cariamanga entre las calles 18 de Noviembre y Centenario desde donde transmiten sus señales las mismas que cubren las provincias del austro ecuatoriano: Loja, Zamora Chinchipe, Azuay y la provincia de El Oro. Así como también llegan sus ondas a la vecina República del Perú.

Dicha radio emisora se encuentra laborando desde el 24 de Julio de 1994, transmitiendo programas de carácter informativo, musical y otros como: Deportivos y sociopolíticos.

El sistema de emisoras Cariamanga se encuentra bajo la dirección del Dr. Jorge Montero

Rodríguez. Su Sra. Fátima Bermeo de M. es Subgerente.

Dentro del personal que ha venido laborando en este sistema de emisoras figuran:

Lic. Vicente Elizalde, Egdo. Sergio Tacuri Alvarado, Sr. Richard Benavides, Sr. Bladimir Andrade, Sr. Milton Montero, Sr. Marcelo Martínez, Sr. Estuardo Narváez, Sr. Fausto Agila, Sr. Prof. René Cueva, Sr. Daniel Ortega, Sr. Vinicio Camacho, Sr. Prof. Víctor Montero, Sr. Egdo. Javier Cabrera P., Sr. Prof. Mauricio Cabrera, Sr. Prof. Freddy Salazar, Sr. Prof. Jhohn Rodríguez, Sr. Abraham Cueva, Sr. Rusbel Barraqueta León, Sr. Lic. Javier Cabrera M., Sr. Oscar Soto, Srta. Lcda. Geovanna Patricia Reinoso, Srta. Marivel Jiménez, Sr. Prof. Wilmer Tapia G., Sr. Constantino Rivera, Sr. Luis Lima.

Personal de locución deportiva :

Eco. Rodrigo Estrella

Sr. Laureano Alejandro, Sr. Ramiro Abraham.

Personal de secretaría :

Sra. Gracia Montero

Sra. Maritza Mejía

Sr. Hernán Benavides  
Srta. Cecilia Salazar  
Srta. Teresa Saavedra  
Egda. Elizabeth Saavedra.

Hoy en la actualidad el sistema de emisoras Cariamanga A.M. Y F.M. se encuentra laborando con el siguiente personal:

Gerente: Dr. Jorge Montero Rodríguez.  
Subgerente: Sra. Fátima Bermeo de M.  
Secretaria: Egda. Elizabeth Saavedra.

Personal de locución :

Sr. Richard Benavides  
Sr. Prof. Wilmer Tapia  
Sr. Prof. Fredy Salazar  
Sr. Prof. René Cueva.  
Srta. Rosa Jiménez Merino.

Personal técnico :

Sr. Héctor Barrigas  
Sr. Laureano Alejandro

Guardianías :

Sr. Miguel Soto  
Sr. Fernando Sarango.

### 2.1.2. Radio " Ecuasur " .

La radio "Ecuasur" el 19 de Marzo de 1992 recibió la concesión del canal, a través de IETEL, mediante la escritura de frecuencia 91.1-102.1 F.M. STEREO. Con sede en la ciudad de Cariamanga y repetidora en la ciudad de Loja y con una programación simultánea.

El día 27 de marzo de 1992 la radio " Ecuasur F.M. Stéreo ". Luego de haber realizado las pruebas de audición y transmisión, sale al aire con la categoría de comercial privada y aérea técnica de Cariamanga. La radio "Ecuasur" se encuentra ubicada en la ciudad de Cariamanga, calle Eloy Alfaro y Padre Esteban Nargánez. Las antenas de transmisión se encuentran ubicadas en el cerro Morupe de la parroquia Utuana, cantón Calvas y en el cerro Ventanas del cantón Loja. La dirección de esta radio está de su gerente y propietario Lcdo. Javier Cabrera Mena.

Los objetivos por los que fue creada esta radio, son:

- Servir a la comunidad de la ciudad de Cariamanga, la provincia y el país.

- Por amor a la tierra natal Cariamanga y su cantón Calvas.
- Ayudar a realizar una idea de uno de sus hijos.
- Promover el desarrollo de nuestra patria chica.
- Dar apertura a todas las personas y llegar a las comunidades mas apartadas.

Las personas que trabajan en la radio " Ecuasur F.M. Stéreo " son las siguientes:

Lcdo. Javier Cabrera Mena (Gerente Propietario).  
Prof. Amada Violeta Peralta de C. (Subgerente Propietaria).  
Prof. Dalton Mauricio Cabrera Peralta. (Director General).  
Prof. Edison Javier Cabrera Peralta (Subdirector).  
Prof. Byron Renán Cabrera Peralta (Locutor).  
Prof. Violeta del Cisne Cabrera Peralta (Locutora y técnico de equipos).  
Periodista: Jorge Peralta Ludeña (Director de Noticias).  
Sr. Danilo Pardo (Técnico de Equipos).

### 2.1.3. Radio " Unión Calvense ".

La radio " Unión Calvense " nace de la idea de un grupo de amigos que se preocupan por lograr el adelanto de la ciudad de Cariamanga, entre los que podemos anotar los siguientes:

Sr. Luis Jiménez

Sr. Reinaldo Carrasco

Sr. Telmo Mapache

Sr. Luis Cueva

Sr. Efraín Abraham.

Dr. Carlos Ludeña.

Srta. Olga Rodríguez, entre los principales.

La radio " Unión Calvense " sale al aire el día 12 de Octubre de 1986. Tiene como finalidad el servicio a la sociedad de Cariamanga, su cantón y la provincia de Loja.

Los señores que trabajaron como locutores de esta radio fueron:

Lcdo. Luis Eduardo Herrera (Profesional)

Prof. Marcelo Martínez .

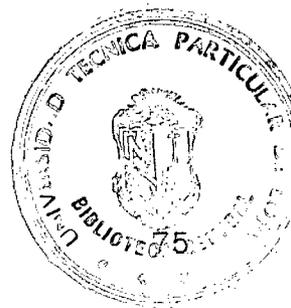
Por problemas técnicos y administrativos la radio " Unión Calvense " cierra sus transmisiones

al público en 1992.

### **Reapertura de la radio " Unión Calvense ".**

La radio "Unión Calvense" reinicia sus transmisiones el día 3 de febrero de 1994, con su frecuencia 1210 A.M. y 10000 Wts de potencia, cubriendo con sus ondas la provincia de Loja, El Oro y parte de la provincia de Azuay. El objetivo de la reapertura de esta radio, es por las siguientes razones:

- Servir a la ciudadanía de Cariamanga, cantón , provincia de Loja y otras provincias del país.
- Lograr la integración de los pueblos.
- Tiene como idea, no interferir políticamente en las personas.
- Apertura a todas personas, sin atacar verbalmente a nadie.
- Llegar al sector campesino, donde las personas necesitan la ayuda de la radio, a través de programas con música nacional, visitas a los barrios, entrevistas y temas con problemas del sector rural (Participación Directa) donde ellos expresan sus problemas y necesidades y problemas a las autoridades



locales, seccionales y nacionales.

La radio " Unión Calvense " está bajo la dirección de su gerente propietario el Sr. Luis Cuenca Valle. Las personas que trabajan en la radio "Unión Calvense ", son las siguientes:

Sr. Luis Cuenca Valle	(Gerente Propietario).
Lic. Aníbal Zabala	(Locutor Profesional).
Sr. Maycool Loaiza	(Periodista).
Egda. Magali Cuenca	(Locutor).
Sr. Hernán Jaramillo	(Locutor).
Sr. Víctor Salinas	(Locutor).
Prof. Carlos Tinitana	(Locutor).
Srta. Edita Saraguro Pardo	(Secretaria).

**2.1.4. Programación diaria de las estaciones radiales de la Provincia de Loja.**

PROGRAMACION DE LUNES A SABADO

RADIO	CARIAMANGA A.M.	CARIAMANGA F.M.	ECUASUR F.M.	UNION CALVENSE
HORA				
05H30	Mañanitas ecuatorianas (Música ecuatoriana)			Despertar calvense (Música ecuat. y curiosidades)
06h00		Amanecer ecuatoriano (Música Instrumental ecuat.)	Primero lo nuestro (Música ecuatoriana)	
06h30				Noticiero nacional
07h00	Radio periódico el Sur de la Patria (Noticias)	Radio periódico el Sur de la Patria (Noticias)	Armonías (Boleros, baladas románticas)	(Noticias locales, prov. y nac.)
07h30				Añorando mi tierra (Pasillos solamente pasillos)
08h00	Voces del Bolero (Boleros)	Ritmo total (Solo bailables)		Revista musical (Música na- cional, la noticia de la hora, horóscopo, consejos prácticos)
08h30				
09h00	Folklore Latinoamericano		En otro idioma (Música inglés, francés)	
09h30	Disco avance 96 (Baladas musicales juveniles)			Revista musical (Música de actualidad)
10h00				
10h30				Pinceladas (Música juvenil)
11h00	Lo nuestro es nuestro			
11h30	(Pasillos)			

PROGRAMACION DE LUNES A SABADO

12h00	Radio periódico el Sur	Radio periódico el Sur		Noticiero nacional
12h30	de la Patria (Noticias)	de la Patria (Noticias)	Revista informativa Visión	(Noticias locales, prov. y nac.)
13h00	Reviviendo el ayer (Música del recuerdo)	Ritmo de la tarde (Solo bailables)	Primera emisión (Noticias)	Música selecta
13h30	Mundo deportivo (Deportes)		Mix caliente (Salsas, cum- bias, merengues)	Discografía (Música de actualidad)
14h00	Discoteca 14.60			
14h30	(Baladas, música juvenil)			
15h00			Hola juventud (Música juve- nil y premicias musicales)	Fiesta tropical (Bailables)
15h30				
16h00				
16h30				
17h00	Valsecitos de América			Atardecer caldense (Vals, boleros)
17h30				
18h00	Radio periódico el Sur	Radio periódico el Sur	Revista informativa Visión	Informativo Agropecuario
18h30	de la Patria (Noticias)	de la Patria (Noticias)	Segunda emisión (Noticias)	
19h00	Anochecer ecuatoriano	Noches de rumba	Latinoamérica esta es tu can- ción (Folklore y nueva canción)	Manantial de corazones
19h30	(Pasillos, vals, pasacalles, etc)	( Solo ballables)	Buenas noches con buena mú- sica (Baladas rítmicas y boleros)	
20h00				
20h30				
21h00	Cierre de la audición			Miscelania musical
21h30				
22h00		Cierre de la audición	Reencuentro romántico (Lo me- jor de los artistas de ayer)	Cierre de la programación
22h30				
23h00			Cierre de la programación	

PROGRAMACION DEL DOMINGO

RADIO	CARIAMANGA A.M.	CARIAMANGA F.M.	ECUASUR	UNION CALVENSE A.M.
HORA				
05H30	Buenos días Ecuador			Despertar calvense
06H00	(Música ecuatoriana)	Amanecer ecuatoriano (Música instrumental ecuatoriana)	Programación especial (Boleros de ayer, folklore)	
06H30				
07h00	Pasillos solamente pasillos (Pasillos)	Loja y sus artistas (Música cantada por artistas lojanos)		Hits de la historia
07h30				
08h00	Misa dominical	El farrandón musical del Domingo (Solo bailables)		Proyección musical
09h00	Domingo R.C. para todos (Baladas, bailables, música juvenil). Primera parte			
10h00				
11h00				
11h30				Gotitas del rocío (Progración Infantil)
12h00		Ensalzate (Solo salsa)	Programación especial (Disfrutando tu día libre, concursos, premios, presentación de artistas, entrevistas, etc.)	Ballables 15.10
13h00	Ballables del Domingo (Solo bailables)	Ritmo dominical (Solo bailables)		
14h00				
15h00	Domingo R.C. para todos (Baladas, bailables, música juvenil). Segunda parte			Domingo sensacional (Música de actualidad)
16h00				Ventana de Calvas (Visita a las comunidades)
17h00				Transmisión de la misa
18h00	Serenata ranchera dominical (Mariachis)	El son de fin de semana (Solo bailables)		Cofre de recuerdos
19h00	Anochecer ecuatoriano (Pasillos, vals, sanjuanitos, pasacalles, albazos, tonadas)			
20h00				
21h00	Cierre de audición	Cierre de audición		Cierre de programación
22h00				
23h00				

### 2.1.5. Análisis de las programaciones de las radios de la ciudad de Cariamanga.

Tomando como referencia las programaciones de las radios locales: Sistema de emisoras Cariamanga A.M. Y F.M., Ecuasur Y Unión Calvense nos permitimos analizar las mismas tomando en cuenta las categorías que la mayoría de los tratadistas suelen hacer:

1. Noticieros y Educativos.
2. Deportes y musicales.
3. Religiosos.
4. Políticos.
5. Comerciales.

Para argumentar su respectivo análisis, hemos escuchado los programas de las radios locales y realizado su respectivo comentario. La observación de la programación se la realizó en el lapso de dos semanas del mes de Mayo de 1996, con el objeto de tener un juicio mas objetivo y real sobre la incidencia de los programas en la formación de valores morales, culturales, sociales económicos, políticos y religiosos en los educandos del Instituto Pedagógico "Ciudad de Cariamanga". Además de la observación específica,

como residentes de Cariamanga, damos fe de la programación radial, cumplida diariamente por las diferentes estaciones.

### **1. Noticieros y Educativos.**

Dentro de este aspecto podemos ver claramente que las radios de la ciudad de Cariamanga tienen informativos regulares, con diferentes nombres y horarios, así tenemos: El Sistema de emisoras Cariamanga A.M. y F.M., transmite el informativo Radio Periódico del Sur de la Patria, en tres emisiones diarias, de 07h00 a 08h00, 12h00 a 13h00 y de 18h00 a 19h00 de lunes a sábado. Radio Ecuasur F.M. transmite su informativo en dos emisiones con el nombre Revista Informativa Visión, en horario de 12h30 a 13h30 y de 18h00 a 18h30 de lunes a viernes y la radio Unión Calvense, con su informativo en dos emisiones denominado Noticiero Nacional, en horario de 06h30 a 07h30 y de 12h00 a 13h00 respectivamente y de lunes a viernes.

Estos informativos tienen como objetivo principal, dar a conocer todos los acontecimientos locales, provinciales, nacionales e internacionales.

Muchas de las noticias son tomadas y leídas de los principales diarios provinciales y nacionales, otras son producidas y recogidas por reporteros y corresponsales de las mismas radios, permitiendo conocer las necesidades, intereses y problemas que atañen a nuestra sociedad.

Es importante destacar, que las noticias que se emiten en las radios Ecuasur y Unión Calvense son imparciales, lo que las ubica dentro de la preferencia de los oyentes.

En el sistema de emisoras Cariamanga, en sus informativos diarios se emiten noticias con su respectivo comentario como por ejemplo: la noticia de la Rectificación y asfaltado de la carretera Catacocha- El Empalme- Macará, donde se informa sobre las irregularidades e incumplimiento del contratista Ing. Ulises Sotomayor. A mas de transmitirse esta noticia, se emiten comentarios personales utilizando un lenguaje muy bajo lleno de barbaridades idiomáticas como son los vulgarismos que molestan y ofenden a una considerable audiencia. Estos comentarios son realizados por el gerente propietario Dr. Jorge Montero Rodríguez, quien abusando de su poder económico y político, no

tiene el mas mínimo respeto para con sus semejantes a pretexto de defender los intereses del pueblo.

Este tipo de comentarios realizados en la mayoría de noticias hace que el oyente tenga una idea desdibujada de los verdaderos hechos y acontecimientos que hacen noticia.

Por otra parte, la radio Unión Calvense, es la única que transmite programas como: Consejos Prácticos, Informativo Agropecuario y Ventana de Calvas, donde se hace conocer actividades de las amas de casa, primeros auxilios, prevención y tratamiento de algunas enfermedades comunes, consejos prácticos para el hombre del agro, entrevistas a personas del sector rural, donde se hace conocer la problemática en que se desenvuelven, para buscar las soluciones a los principales problemas de nuestra sociedad.

Podemos darnos cuenta que las emisoras Sistema de emisoras radio Cariamanga y Ecuasur no se preocupan de emitir programas de carácter cultural y social, razón por la cual no ayudan al desarrollo de los valores en los educandos.

## 2. Deportes y musicales.

En nuestra ciudad solamente la radio CARIAMANGA A.M., transmite un programa deportivo, con el nombre de Mundo Deportivo dirigido por los señores Laureano Alejandro y Ramiro Abraham, en el cual se está haciendo conocer la actualidad deportiva que se desarrolla en nuestra ciudad, provincia, país y el mundo, abarcando las diferentes disciplinas deportivas y de manera especial el fútbol. Este programa deportivo, transmitido los días lunes, miércoles y viernes de 13h30 a 14h00 incentiva en parte a participar y practicar las disciplinas deportivas que permiten el desarrollo integral de los educandos.

Y luego de haber escuchado atentamente este programa, podemos comentar lo siguiente: Las personas encargadas de producir y dirigir el mismo, son simples aficionados al deporte y carentes de un lenguaje adecuado y correcto para dar lectura a las noticias deportivas y emitir sus juicios personales.

Consideramos que el tiempo destinado a este programa es muy reducido y no permite el cultivo eficiente de los valores.

MUSICALES : Dentro de las programaciones radiales, la música ocupa el mayor espacio, la misma que la clasificamos en dos grupos debido a la gran variedad y para facilitar su respectivo análisis.

Música Nacional y Folclórica.- En este programa se transmiten pasillos, san juanitos, pasacalles, tonadas y música Folclórica de nuestro país; rescatando nuestra cultura y valores artísticos, que en nuestros días se están perdiendo, por la aculturación de la música nacional.

Música Internacional.- Se transmite música de EE.UU., Inglaterra, Francia, Brasil, México, República Dominicana, Puerto Rico, Panamá, Colombia, Cuba, España, etc. con ritmos musicales como el rock, balada, merengue, salsa, rancheras, cumbias, rap, vals, ballenatos, boleros entre otros.

La música internacional ocupa la mayor parte de la programación musical de las radios locales, a tal punto que llega a eliminar la asimilación de la música nacional en los jóvenes, ya que en la actualidad tenemos una influencia masiva de

toda clase de música que se produce en el mundo entero. Este tipo de música en la actualidad es altamente sensualizada, motivadora de sensaciones, estimuladora de desparrames fuertes de adrenalina, de excitaciones masivas. Esta música es escuchada con pasión, especialmente por la juventud, desnaturalizando la verdadera realidad social y cultural de nuestro país.

Luego de haber escuchado la programación musical de las emisoras de la ciudad de Cariamanga podemos decir que indistintamente en programas como ritmo de la tarde, Ola juventud, noches de rumba, etc. se exponen canciones con temas que van desde lo romántico y agradable hasta canciones de amor de alto calibre, de música tropical alegre hasta ritmos estridentes y ruidosos, a veces cayendo en el uso de un lenguaje obsceno y morboso. Otras veces se suceden canciones sin conexión alguna entre sí ni con el texto mismo de cada una de ellas. Y como ejemplo de estas canciones tenemos; en top latino: Mi forma de sentir (Giro), Lloro Corazón (Primera Clase), etc; música tropicalailable: la morena (Los Ilegales), la reina del suin (Los Hnos. Rosario), talento de televisión (Wily Colón), etc; música moderna: bella idiota y

princesa (Marco Mazini), erótica (Madona), etc.; música de idioma extranjero: this time I'm free, ironic (Alanis Morissete), l'Ombleico del mondo (Jovanotty), one of us (Joan Osborne), etc.

Como podemos apreciar, la mayoría de esta música es altamente deformadora de la personalidad de quienes la escuchan y creadora de sentimientos y actitudes agresivas. Además induce a adoptar formas de vida extrañas a la nuestra. Despersonaliza nuestras raíces históricas y permite que la juventud asimile valores, ideas, símbolos contrarios a nuestra propia cultura.

Resumiendo, la música internacional es altamente alienadora, porque destruye la mentalidad no sólo de los jóvenes sino también de los adultos.

### 3. RELIGIOSOS.

Dentro del aspecto religioso, la radio Cariamanga A.M., transmite la Misa Dominical, de 08h00 a 09h00, y la radio Unión Calvense, en horario de 18h00 a 19h00. Radio Ecuasur F.M. Stereo transmite el espacio, la Iglesia Católica en defensa de su fe, los días martes a partir de

las 19h30 y tiene una duración de 10 minutos. También se transmiten otros actos religiosos en ocasiones especiales y diversas. Los programas religiosos cumplen con el objetivo de llegar a las personas mas apartadas, con la Palabra de Dios, que fortalece la fe y la religión católica de nuestro pueblo.

De la observación detenida y minuciosa de esta clase de programación podemos deducir que es muy importante puesto que a través de ésta, muchas personas católicas al no poder asistir al templo a participar de la celebración de la Eucaristía, se unen espiritualmente a los demás fieles presentes. Y como la mayoría de la población donde llegan las ondas de las emisoras de la ciudad de Cariamanga es católica, se está contribuyendo al mantenimiento y cultivo de su fe.

La programación religiosa ayuda a la ciudadanía a formar valores morales y religiosos, porque el sacerdote en la predica de una serie de normas y consejos para que vivamos como verdaderos cristianos; es decir amando a DIOS y al prójimo.

La transmisión de estos programas religiosos en la mayoría de las estaciones radiales de la ciudad de Cariamanga, demuestran claramente que son democráticas y pluralistas, respetuosas siempre del credo religioso, sin llegar en ningún momento a ningún fanatismo ostentoso, sino a mantener una postura sencilla y respetuosa, puesta siempre al servicio de las causas nobles y en todo a lo que se refiere a la formación de la sociedad.

Quizás habría que destacar, que en las emisoras de la ciudad de Cariamanga únicamente existen programas religiosos católicos, no así de otras sectas o religiones. Esto se debe a que en nuestra sociedad prácticamente la mayoría de personas es católica, por tal razón se pretende deliberadamente desarrollar y fortalecer la fe católica.

#### **4. Políticos.**

Luego de haber escuchado detenidamente los programas políticos transmitidos por las emisoras Ecuasur F.M. stereo y Unión Calvense, consideramos que por ser eminentemente comerciales y privadas, no causa ninguna sorpresa

que transmitan espacios y propaganda política de los partidos y movimientos que deseen difundir sus postulados ideológicos y sus planes y programas de acción. Nos damos cuenta que son emisoras auténticamente democráticas y pluralistas. Con esta actitud, aunque tengan fines de lucro están demostrando a la ciudadanía que aquí se respetan a las personas sea cual sea su inclinación política o militancia partidista. Con esta forma de actuar, se está contribuyendo positivamente con la formación de valores políticos en la amplia audiencia de estas dos emisoras.

Caso contrario ocurre con el sistema de emisoras Cariamanga A.M. y F.M. que a pesar de ser netamente comercial y privada solo da cabida al partido Concentración de Fuerzas Populares. Nos sorprende esta actitud, ya que el gerente propietario utiliza a estos dos medios de comunicación como instrumentos de poder o mejor aún como los medios más efectivos para conquistar el poder político y económico, sin importarle para nada las mediocridades que ofrece a la audiencia, la misma que lamentablemente se ha acostumbrado o condicionado a estos patrones concebidos en función de los intereses

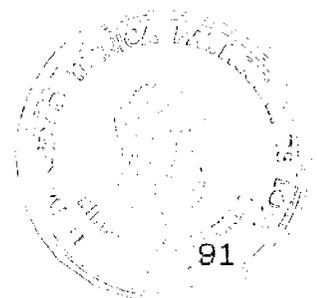
empresariales de su propietario, en un marco de indiferencia e indolencia.

El lenguaje utilizado por el propietario del Sistema de emisoras Cariamanga ha producido un fanatismo enfermizo en una gran cantidad de personas, lo que ha dado lugar a que se exasperen los ánimos y fruto de esto hasta una vida se cegó.

Creemos que la actitud del gerente de radio Cariamanga, actual candidato a diputado por la provincia de Loja representando al partido Concentración de Fuerzas Populares con su actitud de ofender e insultar a sus adversarios políticos utiliza un lenguaje soez. Está incentivando en la ciudadanía la toma de posturas egoístas y erradas, anulando de esta manera las normas de respeto a los demás y la formación de valores sociales, morales y políticos en la radioaudiencia.

## **5. Comerciales.**

Las radios locales fundamentan su economía en los comerciales que les permitan mantener su programación. Emiten propagandas políticas,



espacios políticos contratados comerciales de las empresas locales, provinciales, nacionales y transnacionales, casas comerciales, avisos y comunicados. Estos comerciales llamativos, especialmente de carácter musical sirven para despertar y desarrollar el consumismo en los oyentes. Por otra parte podemos agregar o argumentar que la modalidad publicitaria de las emisoras de la ciudad de Carimanga no es de lo mejor, puesto que su cuerpo de periodistas, locutores y productores, no son profesionales, sino personas improvisadas y explotadas que no pueden prestar un buen servicio. Es más la publicidad de estas estaciones de radio pretende emular los esquemas publicitarios de otras emisoras y de los periódicos; es decir, que poco crean y solamente transmiten mensajes comerciales que las diferentes empresas las encomiendan.

Como ejemplo anotamos, la propaganda publicitaria de Ron CienFuegos, de la que podemos decir que es insinuativa y fomenta el consumo de alcohol, especialmente en los jóvenes, degradando la personalidad y destruyendo sus valores morales, sociales, económicos y culturales.

## 2.2. La Televisión.

### 2.2.1. Teleamazonas.

Teleamazonas, canal 4 Quito, en su formación y constitución como empresa de televisión en el país, tiene dos etapas. La primera ocurre cuando en el mes de Abril de 1972 se vende la empresa televisora HCJB, al conocido hombre de negocios señor Antonio Granda Centeno. Y la segunda etapa de este canal inicia en 1975. Cabe señalar que durante el primer tiempo dirigió la estación el señor Roberto Clark, luego asumió esta función el señor Antonio Granda Centeno. En la actualidad este canal esta bajo la responsabilidad de don Eduardo Granda Garcés.

Teleamazonas fue uno de los primeros que introdujo el color en la televisión ecuatoriana. En la actualidad, es uno de los canales mejor dotados del país.

La mayor aspiración de los empresarios y directivos de Teleamazonas, es tener la más amplia cobertura nacional y llegar con sus mensajes educativos, culturales, informativos, deportivos y comerciales al último rincón del

Ecuador.

### 2.2.2. Ecuavisa.

Salió al aire con la denominación de canal 2 de Guayaquil : Corporación Ecuatoriana de T.V.S.A. el 1 de Marzo de 1967, pero se inauguro el estudio del canal tres meses atrás; es decir, el 21 de Enero de 1967.

Desde 1978 esta televisora formó la organización televisora llamada Ecuavisa con el propósito de desarrollar los recursos humanos que permitan a los canales 2 de Guayaquil y 8 de Quito fundado conjuntamente con diario el Comercio integrar los mejores talentos del país y producir programas de gran contenido cultural y entretenimiento.

Este canal se inspiró en la mística de la unidad nacional, mediante el aprovechamiento de las sólidas estructuras de sus canales del puerto y la capital, que les permitía ser la únicas televisoras que podían originar programas en cualquiera de sus estudios de las dos principales urbes del país.

### 2.2.3. Gamavisión.

Gamavisión , inicia sus labores el 17 de Abril de 1977. Esta empresa televisora pertenece al grupo Isaías. Sus actuales directivos son las siguientes personas :

Presidente: Sr. Marcel Rivas.

Gerente General: Ing. Santiago Proaño.

Vicepresidente de Ventas: Econ. Roberto Franco.

Vicepresidente de Eventos Especiales : Sr. Cristian Ricaurte.

Vicepresidente de Noticias: Sr. Eduardo Echeverría.

### 2.2.4. Telecentro.

Telecentro, canal 10 de Guayaquil se constituye como Empresa Cadena Ecuatoriana de Televisión S.A. en el mes de Mayo de 1969. El fundador de esta empresa fue el señor Ismael Pérez Perasso. En la actualidad pertenece a Filanbanco. Su objetivo principal, independientemente de la parte comercial, es el de aportar al mayor conocimiento de la realidad del país.

#### **2.2.5. Telesistema.**

Esta empresa se constituyó en Guayaquil con el nombre de Telecuatro Guayaquil S.A., el 26 de Junio de 1977 y está inscrita en el registro mercantil de Guayaquil el 18 de Agosto de 1978. Posteriormente se constituyó la Compañía Organización Ecuatoriana de Televisión Ortel S.A., el 19 de Enero de 1984. Se inscribió en el registro mercantil de Quito, el 26 de Enero de 1984. El representante legal, tanto de Telecuatro Guayaquil como de Ortel S.A. es el Lcdo. Fernando Rodríguez. Esta compañía se dedica a la realización de toda clase de actos de contratos referentes a las actividades radiales, de televisión, publicitarias y a la promoción comercial artística, cultural y cívica.

#### **2.2.6. Programación diaria de los canales de televisión ecuatoriana.**

PROGRAMACION DE LUNES A VIERNES

CANAL HORA	T.C. TELEVISION	TELEAMAZONAS		GAMAVISION	ECJAVISA		TELESISTEMA
		QUITO	GUAYAQUIL		QUITO	GUAYAQUIL	
06h00		Despertares	Despertares	Buenos días agricultor	Ecuador agropecuario	Ecuador agropecuario	
06h30				Club 700	Telenoticias	Telenoticias	Musicales
07h00	Noti 10	Esta mañana	Esta mañana	Noticiero Nacional al aire	Contacto Directo	Contacto Directo	Noticia y Copa
07h30		Deporte Total	Deporte Total				
08h00	Acción	Vanidades TEVE	Vanidades TEVE		TVentas	Complicidades	Tiro Libre
08h30	Cosas de casa			Cocine con clase		Cocine con clase	Molinari
09h00		Super cine de la mañana	Super cine de la mañana		Dibujos animados		
09h30	Mariaca en su Salsa			Rin boon video		Rin boon video	Gasparín
10h00	TC series	Sr. Belvedere	EL desprecio		Un nuevo día		Tortugas ninjas
10h30				Deporte Total		Deporte Total	
11h00	Sexto sentido	Sr. Belvedere	EL desprecio		Un nuevo día		Silverhawks
11h30				Deporte Total		Deporte Total	
12h00	Deporte Total	Deporte Total	Noticiero Nacional		Un nuevo día		Popeye
12h30				Deporte Total		Deporte Total	
13h00	Noti 10				En familia con Mercedes		Televistazo
13h30	Sintonizando	24 Horas	24 Horas	El show de Cristina	Video Show	Show de Bernardo	Alo..que tal, América
14h00		Sangre de lobos	Sangre de lobos	Paloma	Amores de fin de siglo	María Soledad	
14h30							
15h00	Mon y Gote	El mundo de Beakman	El mundo de Beakman				X - Men
15h30		El club de Disney	El club de Disney	Dos mujeres un camino	Nano	En cuerpo ajeno	El zorro
16h00	Eternamente			Muchachitas			Aventurama
16h30	Manuela				Salvado.. Caballeros	Live man	

PROGRAMACION DE LUNES A VIERNES

17h00	Como tú ninguna	Ligia Elena	Ligia Elena	Chapulín Chilindra	Un hogar .. Animales	Scooby Doo	La feria de la Alegría
17h30				El chavo	Simpson	Thundercats	
18h00	Al son del amor	Inconquistable Corazón	Inconquistable Corazón	Lazos de amor	El desafío	Topacio	
18h30							
19h00	Noti 10	El desprecio	Video Match	El premio mayor I parte	Renacer	Fiera herida	Lu.Vi.Misión del deber Ma. Tierra 2 Mi. Higt tide Ju. Mantis
19h30				Noticiero nacional Hora clave			
20h00	Café con aroma de mujer	24 Horas II	24 Horas II		Televistazo	Televistazo	Power Rangers
20h30		Con toda el alma	Con toda el alma	El premio mayor, II parte	Cuatro por cuatro	Cuatro por cuatro	Pecado de amor
21h00	Lu. cine activo Ma. Step by step Ma. Baywatch/Nanny			María la del barrio			Kaina
21h30	Mi. Cine de la vida real			Lu., Mi., Vi Super cine	Lu. Extremos. Lunes	Lu. Extremos. LUNE	
22h00	Ju. Pantalla gigante	La gran aventura del cine	La gran aventura del cine	Ma. Primer impacto, Cristina	Ma. Hombres duros	Ma. Hombres duro	La noticia y copa
22h30	Vi. Haga negocio conmigo			Ju. En la mira, Cita con la Historia.	Mi. A. polémica	Mi. A. polémica	
23h00	Eternamente Manuela				Ju. Producción	Ju. Producción	Grandes series
23h30		Video match	24 Horas	Reprise Noticiero nacional	La sonrisa del lagarto	Vi. Festival de la risa	Vi. Festival de la risa
00h00	Jaime Bayly		Cierre			Telemundo	
00h30		Reprise 24 Horas II		Reprise 24 Horas	Cine club	Andrés López	Cierre

PROGRAMACION DEL DIA SABADO

CANAL	T.C. TELEVISION	TELEAMAZONAS		GAMAVISION	ECUAVISA		TELESISTEMA		
		QUITO	GUAYAQUIL		QUITO	GUAYAQUIL			
06h00					Roseanne	Roseanne			
06h30					El mago de los sueños	El mago de los sueños			
07h00					Buenos días animad	La pandilla de los siete		La pandilla de los siete	Luz del mundo
07h30					Vida Nueva	Webster		Webster	Maquina del tiempo
08h00	Dibujos Animados	Lumen 2000	Lumen 2000	Dibujos Animados	Xuxa	Xuxa	As seen on TV		
08h30		Mundo Mágico	Mundo Mágico	TVentas	Caballeros del Zodiaco	Caballeros del Zodiaco	Dibujos Animados		
09h00		La pantera ro	La pantera rosa		Dragones Dobles	Dragones Dobles			
09h30		La Sirenita	La Sirenita	Trops Rex	Trops Rex				
10h00		Madeline	Madeline	Chispitas	Smoggies	Smoggies			
10h30		Peter Pan	Peter Pan	Dibujos Animados	Huckleberri Fihh	Huckleberri Fihh			
11h00		Whishkid	Whishkid		Los Pitufos	Los Pitufos			
11h30		Skippy	Skippy		La niña maravilla	La niña maravilla			
12h00	Nuestros Artistas	Nuestros Artis	Nuestros Artistas	Nuestros Artistas	Nuestros Artistas	Nuestros Artistas		Nuestros Artistas	

PROGRAMACION DEL DIA SABADO

12h30	Cosas de Casa	Cab. Dep. Gill	Cab. Dep. Gillete	Deporte para todos	Películas	Películas	Mascotas Estelares	
13h00		Res. Inconq.	Res. Inconq. Cora	Los Protagonistas			Tocado por un Angel	
13h30	TC Cine	Zoolife	Zoolife		La vida sigue su Curso	Matiné del Sábado		
14h00		Deporte Total	Deporte Total	TVentas			Sirenas	
14h30		National Geo	National Geogra.				Cine Visión	
15h00		Cine Mas	Cine Mas	Olimpiadas Familiar				
15h30					Matiné del Sábado			
16h00		Res. Eternamen. Man					Resum. María Soledad	
16h30					Fiebre de Amor	A Puerta Grande		
17h00	Resumen Café			Super Sábados		La otra raya del tigre	Gran Sábado	
17h30					Un hogar casi perfecto	Dejémonos de vainas		
18h00	Comportamiento Hu				Animales en Fiesta	Pasado y confeso		
18h30					Robocoop	Viper		
19h00	Ahora o Nunca	Telesemana	Telesemana	Sábado Gigante				
19h30	Cobra	Sholoman	Sholoman					
20h00		Los Fantástico	Los Fantásticos			Dejémonos de vainas	Louis & Clark	Noches del Oscar
20h30	Esta Noche	Duros de amo	Duros de amor			Pasado y Confeso		
21h00		Nazca	Comisaría 100			Kung Fu	Kung Fu	
21h30			Nazca					
22h00		El Renegado			Cine Millionario	Cine Venezolano	Cine del sábado	
22h30	Sin Censura		El Renegado	Cine del Sábado				
23h00			Cine Candent			Angel de la Ciudad		
23h30				Cine Candente				
00h00						Cine Mexicano	Cierre	
00h30	Volaré de Noche			Cine Sonámbulo			Cierre	

PROGRAMACION DEL DIA DOMINGO

CANAL	T.C. TELEVISION	TELEAMAZONAS		GAMAVISION	ECUAVISA		TELESISTEMA		
		QUITO	GUAYAQUIL		QUITO	GUAYAQUIL			
06h00					Rosanne	Rosanne			
06h30					El mago de los Sueños	El mago de los Sueños			
07h00					Buenos Días Animados	La pandilla de los siete		La pandilla de los siete	Harry y los Hendersons
07h30						Despertares		Despertares	
08h00	Santa Misa	Mundo Mágico	Mundo Mágico	Ambato 95 y Pichincha 95	Xuxa	Xuxa	As seen on TV		
08h30	Hombre y Campo	Tres pequeño	Tres pequeños	TVentas	Caballeros del Zodíaco	Caballeros del Zodíaco			
09h00	Diálogo a fondo	Fantasmas	Fantasmas		Dragones Dobles	Dragones Dobles	Animados de Telesistema		
09h30		Cuentos de Pequeño Pon	Cuentos de Pequeño Pony		Dragoneros	Tropa Rex Smoggies		Tropa Rex Smoggies	
10h00	Dibujos Animados	Carmen en donde estas	Carmen en donde estas	Entorno	Huckleberry Finn	Capitán Planeta			
10h30		El gato Ekk	El gato Ekk		Los Pitufos	Los Pitufos			
11h00		Resumen con toda el alma	Resumen con toda el alma	Vía Satélite Liga Española de Fútbol	Niña Maravilla	Niña Maravilla			
11h30					Super Boy	Super Boy			
12h00	Hunter	Hunter	Tarzán		Star Trek	Quantum Leap III			
12h30	Lucha de Campeones	El Cazador	El Cazador	Películas					
13h00		Cops	Cops		Matiné del Domingo	El ojo del Halcón			

PROGRAMACION DEL DIA DOMINGO

13h30	Sintonitp	Encuentros	Encuentros	Via Satélite	Matiné	Matiné del Domingo	El ojo del Hálcon	
14h00		CINE MAS	CINE MAS	Liga Española de Fútbol	Del Domingo	Teleserie	La guerra de Gabriel	
14h30	Laberintos			Dibujos Animados	SPLASH		Buena Nota Tarzán	Cómo hicieron eso
15h00	En busca del Exito			Deporte para todos				Cine del Domingo
15h30	Matrimonio con Hijos			Chespirito				
16h00	Doogie Howser			El Chavo				
16h30	Loco por tí			TVentas	Festival de Cantinflas	SPLASH		
17h00	Phenom			Bajo la Luna de Miam	Bajo la Luna de Miami	Flashman	Flashman	
17h30	Time Trax			24 Horas	24 Horas	Televistazo	Domingos Millonarios	Salvado por la Campana
18h00	Cámara Indisoreta			Depor.en 24		Dentro y fuera	Televistazo	Mellizas y Rivales
18h30	Noti 10	La Televisión	La Televisión	EL GRAN JUEGO DE LA OCA	Premiere Del Domingo	Dentro y Fuera	Todo queda en familia	
19h00	No culpες a la Playa	Ritmo de la Noche	Ritmo de la Noche		CHISPAZOS	Grandes Miniseries	Largometraje	La Hora de Chuck Norris
19h30	No culpες a la Playa	Contacto con Tacto	Contacto con Tacto	Gladiadores Americanos				La Noticia Y Copa
20h00	Noches Espectaculares	Cierre	Cierre			De Oro Puro	Cierre	Viernes 13
20h30								
21h00								
21h30	Programa Opinión							
22h00								
22h30								
23h00	Tercer Tiempo							
23h30								
00h00	Amarga							
00h30	Justicia			Cinede Oro Mexican				

### 2.2.7. Análisis de la Programación de los Canales de Televisión Nacional.

Basándonos en el cuadro de programaciones de los canales de televisión que se sintonizan en la ciudad de Cariamanga: TC Televisión, Teleamazonas, Gamavisión, Ecuavisa y Telesistema nos permitimos analizar las mismas tomando en cuenta las categorías que la mayoría de los tratadistas suelen hacer:

- 1.- Seriales
- 2.- Noticieros y Educativos
- 3.- Telenovelas
- 4.- Programas infantiles, shows y concursos
- 5.- Deportes, dibujos animados y musicales
- 6.- Religiosos
- 7.- Comerciales
- 8.- Variedades

Para complementar este análisis hemos realizado la observación y su respectivo comentario de algunos programas que se emiten en la televisión nacional, por el lapso de dos semanas el mes de Mayo de 1996, con la finalidad de tener un juicio más concreto y real sobre la incidencia de los programas en la formación de

valores: morales, sociales, culturales, económicos, políticos y religiosos en los educandos del Instituto Pedagógico "Ciudad de Cariamanga".

### 1.- Seriales.

Los canales de televisión que hemos tomado en cuenta en nuestra investigación, presentan un sinnúmero de series y películas como: Step by stepk, Baywatch, Time Krax, Sholoman, El Renegado, Sr Bervedere, Un hogar casi perfecto, Animales en fiesta, Robocop, Pasado y confeso, Kung Fu, Louis y Clark, Dejémonos de vainas, Flashman, El Zorro, La misión del deber, Los power rangers, Tierra 2, Mantis, Quantum leap, Salvado por la campana, Todo queda en familia, La hora de Chuck Norris, esto en cuanto a series se refiere.

Y películas de diversa índole transmitidas en los espacios de cine activo, pantalla gigante, super cine de la mañana, la gran aventura del cine, TC cine, cine más, cine candente, super cine de la noche, cine del sábado, Especial del lunes, hombres duros, festival de la risa, risa club, matiné del sábado, cine millonario, cine

mexicano, matiné del domingo, premier del domingo, grandes miniseries, cine visión, noches del Oscar, cine del sábado, cine del domingo de índole romántico, de terror, del oeste, como policíacas, de aventuras, de pandillas, de secuestro, terrorismo, de sexo, mafia, espionaje, guerras, etc, las mismas que alienan la formación moral de los educandos.

En las series, anteriormente anotadas, se incentiva la imaginación y concepción errada del ego con la imagen de seres extranaturales, que si bien se identifican con lo bueno, moral o positivo, crean en cambio en los televidentes la desmedida brecha entre el hombre común y corriente, débil, limitado y una raza o clase superior que domina, ordena y somete. Hay películas que transmiten escenas e imágenes de como se prepara un crimen, un asalto, una violación, etc. Enseñan paso a paso, hasta lograr el objetivo que altera el orden social. De esta manera no se tiende a la formación integral de los jóvenes, sino más bien se deforman sus aspiraciones o se inculcan estereotipos falsos e irreales.

Los guiones ponen en evidencia pormenores

sobre drogas, mafia, crimen, organización de pandillas, prostitución, homosexualismo, terrorismo, violación, crímenes, los mismos que no educan, no orientan en ningún sentido, son muy escasas las series con tópicos que permitan el desarrollo cultural, social, moral, económico, político y religioso.

Las series y películas que se pasan en los canales de TV son producciones extranjeras que alienan nuestra cultura, a tal punto que en nuestra sociedad existen pandillas juveniles con características similares a las observadas a las series y películas ( vestidos raros, peinados extravagantes, aretes, etc).

Las series ocupan un gran porcentaje de la programación diaria de la Televisión nacional.

Para sustentar el análisis realizado se ha observado el programa Cine Candente donde se presentó la película " Peleas de la Muerte ". Esta película presenta escenas de violencia, violación, asesinatos, pandillas, corrupción por parte de un psicópata, imponiendo el terror en la sociedad. En ella se observa combates sangrientos entre el personaje malo y los defensores de la

justicia.

Aquí no se respeta los valores morales, sociales, económicos y religiosos, ya que para alcanzar sus metas o satisfacer sus instintos criminales al psicópata destruye la sociedad. Este tipo de películas fomenta al desarrollo de antivalores en los educandos, de ahí la violencia a la cual se halla sometida nuestra sociedad, según parece, entre otros factores.

## **2.- Noticieros y Educativos.**

Los noticieros por lo general por lo general se inician a las 06h30 en TC Televisión con Noti 10 con tres emisiones en donde dan información de los principales titulares de los principales diarios que circulan en nuestro país, noticias de carácter nacional, entrevistas a políticos y personajes ilustres. Muchas de estas se realizan en forma directa. Se transmiten así mismo noticias de carácter internacional. En este espacio de noticias nos permite conocer todos los acontecimientos en nuestro país y el mundo entero, dando lugar a la formación cultural y social de los televidentes. En los diferentes canales de televisión este espacio lleva otro

nombre así:

En el canal Teleamazonas su informativo se llama Esta mañana: 24 horas, primera y segunda edición.

Canal Gamavisión con su noticiero nacional, hora clave.

Ecuavisa con su informativo Contacto Directo, Televistazo I y II y Telemundo.

Telesistema con sus informativos la noticia I y II. Son noticieros con características similares a Noti 10 ya que en su mayoría cubren la misma información.

Cabe resaltar a Diego Oquendo redactor y comentarista de Teleamazonas quien realiza comentarios imparciales y objetivos lo que enriquece la información cultural y social de los televidentes.

Dentro de los programas educativos tenemos: comportamiento humano, programa de opinión, el hombre y el campo, el mundo de Beakman, national geographic, encuentros, buenos días agricultor,

Ambato 95 y Pichincha 95, dentro y fuera, etc.

Como podemos darnos cuenta los programas de carácter cultural y educativos son muy reducidos.

Ellos nos permiten un mayor desarrollo de valores en nuestra sociedad. Pero los pocos programas educativos cumplen una importante y trascendental función, cual es la de enriquecer el acervo cultural de los televidentes. Un ejemplo claro es el mundo de Beakman que nos hace conocer diferentes aspectos educativos y científicos que nos permiten mejorar el nivel cultural.

En el programa contacto directo que se transmite en Ecuavisa se observó la noticia sobre el paro del magisterio nacional; exigiendo del Ministro de Finanzas la transferencia del dinero a fin de que se proceda a la cancelación de los haberes de Marzo y Abril, expresado por el dirigente de la UNE Nacional, profesor Carlos Medina.

Como podemos observar esta noticia influye directamente sobre los alumnos del Instituto Pedagógico ya que la misma ayuda en algunos casos

a formar valores como el de solidaridad, unidad. Saber que para hacer respetar los derechos que tienen los educadores en la mayoría de los casos se debe adoptar medidas de hecho a fin de que las autoridades pertinentes tomen conciencia de que para conseguir la eficiencia educativa el maestro debe contar con sus recursos económicos a tiempo.

Pero así mismo esta noticia también ayuda a la formación de antivalores como la vagancia, la indisciplina, el rechazo por parte de la sociedad, la pérdida de interés que se proyecta a nuestros alumnos teniendo una gran resistencia por parte de los mismos a retomar las actividades estudiantiles una vez terminada la medida de hecho.

Así mismo observamos que muchas personas se aprovechan de estas medidas del Magisterio Nacional para obtener réditos políticos y escalar posiciones dentro de la sociedad en depreciación del verdadero concepto que debe proyectar el magisterio a nuestra sociedad. Casos reales de este aprovechamiento tenemos a ex-dirigentes y dirigentes de la UNE ocupando cargos en el Congreso Nacional, especialmente logrando su acomodo personal y de un reducido grupo y

marginando a las masas sociales que los eligieron ( los maestros ).

### 3.- Telenovelas .

En la programación de los canales de televisión de nuestro país las telenovelas ocupan un gran porcentaje de la misma como: eternamente Manuela, como tú ninguna, al son del amor, café con aroma de mujer transmitidas por TC televisión; el desprecio, sangre de lobos, Ligia Elena, inconquistable corazón y con toda el alma en Teleamazonas. Paloma, dos mujeres y un camino, muchachitas, lazos de amor, el premio mayor primera y segunda parte, María la del Barrio soy en Gamavisión. La dama de Rosa, amores de fin de siglo, el desafío, renacer, topacio y María Soledad en Ecuavisa y pecado de amor y Kaina en telesistema.

La mayoría de las telenovelas son perjudiciales para niños y jóvenes, porque ellas están cargadas de escenas fuertes de violencia, sexo, erotismo, infidelidad, frivolidad, odio, venganza y corrupción. Productos de todos estos aspectos tenemos los divorcios especialmente las parejas jóvenes, problemas familiares,



distorsionamiento del verdadero amor y conciencia falsa de la realidad social del hombre.

Para reafirmar el análisis se realizó la observación y seguimiento de la telenovela " Con toda el alma ". Sus personajes principales : Milagros Sarmiento y Daniel Linares poseedores de grandes valores que por defender su amor se ven involucrados en escenas llenas de violencia, sexo, adulterio, traición, prostitución, corrupción para aumentar las fortunas personales, asesinatos, presencia de homosexuales, escenas pornográficas, racismo, abuso de poder, imponiendo las cosas negativas que se dan en una sociedad más adelantada que la nuestra. Todo esto distorsiona lo hermoso de la vida y da lugar a la formación de antivalores que están terminando con el respeto, la cooperación, la solidaridad, el humanismo, la fidelidad conyugal en la sociedad en general, normas morales, bases del buen convivir social.

#### **4.- Programas Infantiles, shows y concursos.**

Los canales de televisión, de nuestro país, presentan algunos programas infantiles, concursos y espectáculos como: haga negocio conmigo, cámara

escondida, no culpes a la playa, splash, video match, ritmo de la noche, el show de Cristina, chispitas, chispazos, chavo del ocho, chapulín colorado, sábado gigante, super sábados, el gran juego de la Oca, show de Xuxa, aló que tal América, la feria de la alegría, mascotas estelares, etc. Estos programas se transmiten algunos en directo, permitiendo la participación del público en general, donde se hacen acreedores de valiosos premios. Este tipo de programación en algunos casos facilita la socialización de las personas que participan eliminando por ende la timidez y nerviosismo en ellos.

Pero otras presentan escenas eróticas como se dan en el programa ritmo de la noche, el juego de la Oca, etc. que imponen culturas extranjeras, se hace mofa a los participantes, falta de respeto a sus semejantes, donde se hipoteca la personalidad a cambio de un estímulo material o económico, para lograr mantener el consumismo de los productos que las firmas comerciales ofrecen al público y auspician estos programas.

##### **5.- Deportes, dibujos animados y musicales.**

Deportes.- En los canales de TV se

transmiten los programas deportivos con diferente nombre y horario, así tenemos:

- TC Televisión con el programa " Acción " con tres emisiones diarias y como complemento de los noticieros regulares, bajo la dirección de Pocho Rodríguez.

- Teleamazonas transmite el programa "Deporte Total " en tres emisiones de lunes a viernes y el día sábado una sola emisión , bajo la dirección de Vito Muñoz.

- Gamavisión, transmite su programa deportivo los " Protagonistas ", de lunes a sábado como complemento de los noticieros y bajo la dirección de Fabián Gallardo.

- Ecuavisa con su programa " Tiro Libre ", transmitido en tres emisiones y como complemento de sus noticieros.

Estos programas deportivos son de carácter informativo, ya que nos ofrecen noticias de fútbol internacional y luego la información del fútbol nacional, haciéndonos conocer los partidos y acontecimientos que se dan a conocer en ellos.

Las noticias de otros deportes son muy escasas. Solamente se promueve y despierta el interés para que asistan a los estadios, pero poco o nada se preocupan por fomentar el deporte de los adolescentes a través de las orientaciones que les ayude a desarrollarse deportivamente.

Existe mucha promoción por cual o tal noticia deportiva, produciéndose la disputa por adjudicarse la primicia deportiva. Los periodistas deportivos son fanáticos de un determinado equipo, razón por la cual sus comentarios son parcializados, como por ejemplo: Roberto Bonafont, periodista deportivo de Gamavisión es hincha de Emelec y Vito Muñoz del Barcelona. Los programas deportivos tienen como objeto promover el consumismo, el fanatismo en los hinchas, que muchas veces producen violencia en los estadios del país y por lo tanto no son ejemplo para los educandos.

Dibujos animados : Los canales de TV. presentan diferentes programas de dibujos animados, como: mundo mágico, mon y gote, la pantera rosa, la sirenita, madeline, Peter Pan, wishkid, skippy, duckula, equipo del poder, webster, caballeros del Zodiaco, dragones dobles,

los pitufos, superboy, tropa rex, smoggies, flashman, animados de telesistema, etc. Estos programas se caracterizan por desarrollar la creatividad e imaginación, de manera especial en los niños y la práctica de juegos de guerra, héroes y villanos, lo que da valor a la formación de malos y buenos valores, dependiendo esto de la orientación y formación de los padres y maestros, por ejemplo: Teleamazonas entrevista a un grupo de niños sobre los dibujos animados y ellos explican con facilidad y claridad las escenas de violencia, crímenes y guerra, producto directo de la influencia de los dibujos animados.

Argumentando el análisis de los dibujos animados, hemos realizado la observación de varios programas y escogido el Equipo del Poder, el cual se caracteriza por presentar personajes que representan y hacen el mal y personajes que representan sus héroes favoritos, todos ellos llenos de fantasía y en un mundo irreal. La violencia, el crimen, la corrupción, el robo, la delincuencia, son argumentos de este programa.

En este tipo de programas se distorciona la realidad de la cosa y nos lleva a un mundo de fantasía, lo que no permite desarrollar valores

de los televidentes de acuerdo a la realidad en que vivimos, promoviendo exclusivamente el consumismo y fanatismo por los héroes de su preferencia. La programación para cumplir su objetivo anteriormente anotado, se da en horarios adecuados para los niños, especialmente las tardes y fines de semana, donde ellos los pueden observar con facilidad.

Musicales : Los canales de TV presentan programas musicales, como: sintonizando en TC televisión, rin boon video en Teleamazonas, el show de Bernard en Ecuavisa y Gran Sábado en Telesistema. Todos estos programas musicales se caracterizan por presentar música internacional de actualidad (rock, merengue, salsa, balada, pop, rap, etc. lo que da origen a la alineación de otras culturas y la formación de esteriotipos de los educandos. Por ejemplo: actualmente los jóvenes imitan la forma de vestir a los artistas preferidos.

Luego de haber observado el programa musical " Sintonizando " realizamos el siguiente comentario: Este tipo de programa es alienante y no permite la formación de valores artísticos, en el cultivo de la música nacional, en cuanto se

caracteriza por transmitir música internacional en todos sus géneros y da origen a la formación de valores antinacionales en los educandos, lo cual influye en ellos y adoptan estos estereotipos al punto de vestir , actuar y danzar de la misma manera que sus artistas preferidos y sus bailarines, ejemplo: el baile del mono.

La Asociación de canales de Televisión en horario de 12h00 a 12h30 los días sábados transmite su programa musical " Nuestros Artistas " donde se da apertura a la presentación y promoción de los artistas y música nacional que permite el rescate de nuestra cultura. Pero debemos resaltar que el tiempo determinado a esta programación es mínimo y no permite el desarrollo y difusión de los artistas y música nacional respectivamente. La televisión nacional da mayor apertura a la música internacional.

## **6.- Religiosos .**

Dentro de este campo tenemos programas, como: vida nueva, la santa misa, lumen 2000, club 700, reflexiones y luz del mundo, también se realizan transmisiones en vivo y en directo desde el Vaticano, acontecimientos trascendentales de

la Iglesia Católica, como: el viacrucis, la pascua, etc.

Estos programas de carácter religioso, nos permite desarrollar y practicar especialmente la religión católica, sin dejar de lado a las diferentes sectas religiosas, permitiéndonos escoger la religión de acuerdo a nuestro pensamiento ideológico. Un ejemplo práctico de este segmento es la transmisión de la santa misa dominical de 08h00 a 08h30, por TC Televisión a cargo de la diócesis de Guayaquil y dirigida al pueblo católico de nuestro país.

En este aspecto se observaron varios programas de diferentes canales como: Lumen 2000, Vida Nueva, Club 700 y la celebración del acto religioso dominical, transmisión en directo los días domingos a las 08h00 por TC Televisión, según lo anunciado anteriormente.

Todos estos programas tienen un enfoque pluralista, coinciden en el cultivo de muchos valores dentro del hogar: unidad, amor, la fe, la caridad y sobre todo la importancia que tiene una madre en la formación moral y espiritual de sus hijos. Pretender formar personas justas,

equilibradas y con un alto apego hacia la entrega y servicio a la sociedad para ayudar a solucionar los problemas de sus semejantes.

Este tipo de programa es mínimo en lo que se refiere al tiempo y por el carácter privado y comercial de la TV. no es posible la presencia de todas las sectas religiosas existentes en el país.

#### **7.- Comerciales.**

Los comerciales en la televisión ecuatoriana se basa en dos aspectos fundamentales que son: el primero es el de condicionar la programación y el segundo de fomentar un consumismo de tipo suntuario, tomándose a la mujer como un objeto y símbolo sexual de publicidad, que permita vender los productos de las empresas nacionales y transnacionales, como las casas productoras de vehículos, licores, cigarrillos, cosméticos, perfumes, alimentos, ropa, etc.. Los comerciales permiten mantener las diferentes programaciones y desarrollar el consumismo. Por último diremos que la publicidad impone modas y costumbres, sugiere ambientes extraños al país; es decir, crea necesidades y aliena a la gente. Los educandos

dejan de creer en los valores espirituales que le enseñaron y desarrolla mecanismos de resistencia al sistema (delincuencia, rebeldía). Además, las propagandas que invitan al consumo de alcohol, cigarrillos, refrescos, etc., son una incitación permanente al hedonismo y degradación moral.

Para fortalecer el análisis de este tipo de programas, hemos observado varios comerciales y escogido el de "manicho". Este comercial está lleno de sexualidad, determinada por los elementos, movimientos y poses utilizadas para la venta del producto y las imágenes que se presentan. Solamente se usa el cuerpo de la mujer en su aspecto exótico para despertar el instinto sexual, con la finalidad de captar la atención del público sobre el producto.

Este tipo de comerciales se los transmite a cualquier hora y a la vista de los niños, sin que exista ninguna acción de rechazo o censura. De igual manera para la venta y producción de un gran número de comerciales utilizan a la mujer como un símbolo sexual, erótico para vender los productos y fomentar el consumismo, sin importar los valores morales de la mujer.

## 8. Variedades.

Dentro de los programas de variedades tenemos en TC televisión: Cosas de Casa, Sexto sentido, que se caracteriza por dar consejos familiares, educación sexual, preservación de enfermedades, horóscopo, arreglos de casa, artesanías, entrevistas, consultas, etc.. Todo esto nos permite reforzar el desarrollo de habilidades, destrezas, la personalidad. Ello permite realizar las actividades de acuerdo a sus necesidades e intereses.

En Teleamazonas tenemos: variedades TV.; en Gamavisión, en familia con Mercedes; Ecuavisa, complicidades. Estas programaciones presentan temas similares a los que se da en TC televisión.

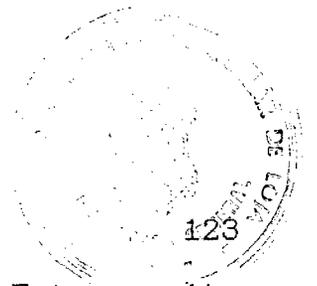
En Gamavisión, TVentas y As Seen on TV y en Telesistema, presenta en oferta diferentes productos de uso familiar.

Dentro de las programaciones de cocina tenemos: Mariaca en su salsa, cocine con clase, molinari. Estos programas se caracterizan por enseñar a preparar diferentes platos a la carta, postres, ensaladas, salsas, pastillaje, etc.,

presentación de la cocina nacional e internacional. Esto permite al ama de casa y personas interesadas en el arte culinario aprender a preparar nuevas recetas, para de esta forma mantener una buena salud a sus semejantes.

En el programa VARIEDADES TV que se transmite por Teleamazonas, se pudo observar un programa sobre educación sexual a cargo de Gina, ella manifiesta que los padres somos parte de una mala educación sexual, ya que consideramos al sexo como un tabú.

La sociedad tradicional formaba a los hijos considerando que la sexualidad debía ser tratada en el hogar, asignando al padre la educación sexual de sus hijos y la madre la educación sexual de las hijas, pero este tratamiento se lo daba a destiempo, por cuanto los progenitores esperaban que sus hijos se encuentren en edades muy posteriores para darles la información sexual, sin darse cuenta que sus hijos se enteraban muchas veces por sus amigos, justo en la edad en que ellos necesitan respuestas a sus interrogantes sobre el sexo; ventajosamente la nueva sociedad a eliminado esos tabúes, permitiendo a los hijos tener la información



sexual que requiere justo a tiempo. Esto permite la formación de valores sociales, culturales y morales en la familia. Pero si esta información no es canalizada correctamente por parte de los padres, educadores y educandos, se corre el riesgo que incida negativamente en los educandos y en el desarrollo de valores anteriormente anotados.

## **CAPITULO III**

### **LA RADIO Y LA TELEVISIÓN EN LA FORMACIÓN DE LOS VALORES DE LOS EDUCANDOS**

### 3. La radio y la televisión en la formación de valores de los educandos.

En este capítulo, nos permitimos realizar el análisis de la encuesta aplicada a los educandos del Instituto Pedagógico " Ciudad de Cariamanga ", la misma que nos permite conocer primeramente aspectos básicos de la radio difusión de la ciudad de Cariamanga y de los canales de televisión que se sintonizan en esta ciudad. En segundo lugar, la influencia de estos medios de comunicación en la formación de valores de los educandos, para lo cual nos permitimos presentar los cuadros estadísticos y la representación gráfica respectiva.

#### 3.1. Aspectos Básicos.

1. Los medios de comunicación radio y televisión son un factor básico en la sociedad, que tienen relación con todas las actividades del hombre.

CUADRO Nº 1

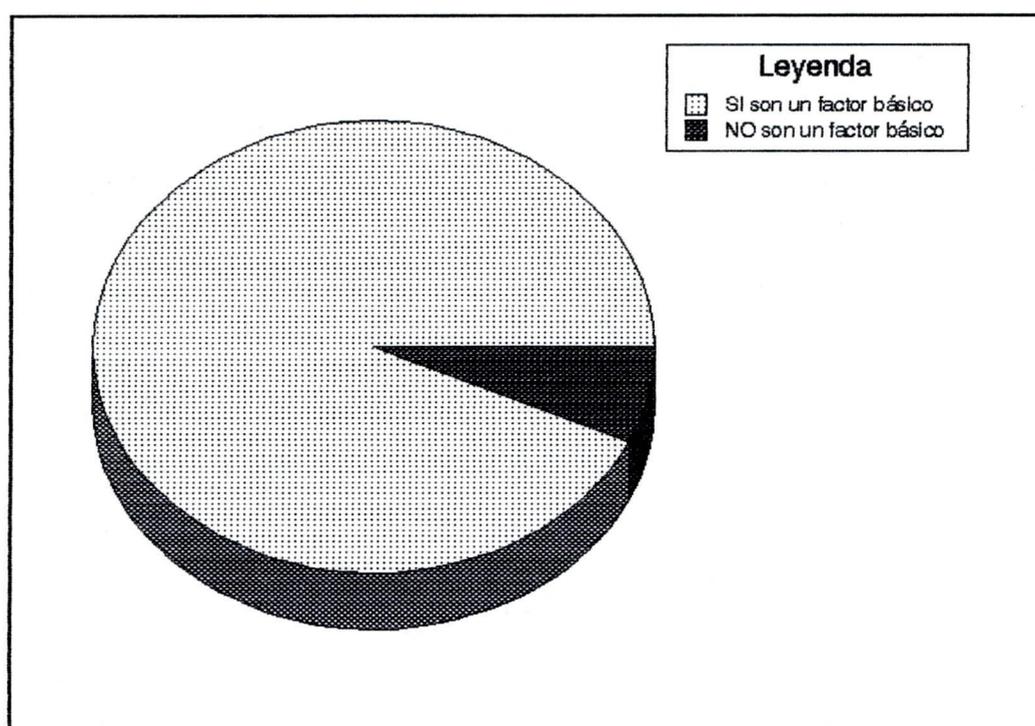
Medios de Comunicación	Nf	%	Nf	%	T f.	T %
	SI		NO			
Radio y Televisión.	307	93,31	22	6,69	329	100%

$$A_0 = \frac{f \cdot 360}{N}$$

$$A_0 = \frac{307 \cdot 360}{329} = 336$$

$$A_0 = \frac{22 \cdot 360}{329} = 24$$

GRÁFICA Nº 1



### ANÁLISIS DE PREGUNTA Nº 1.

En relación a la primera pregunta: " Los medios de comunicación radio y televisión son un factor básico en la sociedad, que tienen relación con todas las actividades del hombre "; de 329 personas encuestadas, 307 cuyo porcentaje

corresponde al 93,31% indican que los medios de comunicación transmiten a corta y larga distancia los acontecimientos que ocurren en nuestro medio, a nivel nacional y en el mundo entero. Facilitan la manifestación de ideas y necesidades, dando una visión general del entorno en que vivimos. Como consecuencia, de lo anteriormente anotado, podemos deducir que la radio y televisión sí influyen en las actividades del hombre, pero con un carácter prácticamente INFORMATIVO. Pero en general todos coinciden en afirmar que la radio y televisión son el factor básico de las actividades del hombre.

2. Para Ud. que medio de información es el que más utiliza.

CUADRO Nº 2

Orden de prioridad	Medios de Comunicación	Nf	%
1.	Radio	208	63,2
2.	Televisión	91	27,7
3.	Prensa escrita	30	9,1

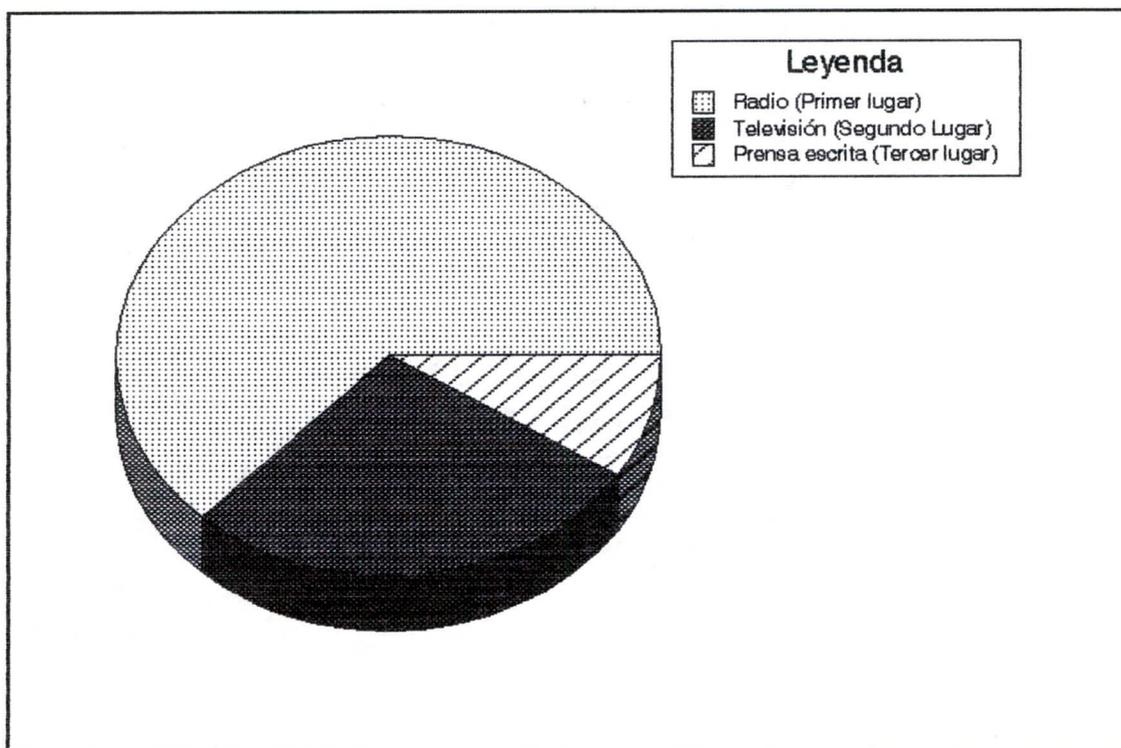
$$A_0 = \frac{f \cdot 360}{N}$$

$$A_0 = \frac{208 \cdot 360}{329} = 288$$

$$A_0 = \frac{91 \cdot 360}{329} = 99$$

$$A_0 = \frac{30 \times 360}{329} = 33$$

GRÁFICA Nº 2



## ANÁLISIS DE PREGUNTA Nº 2.

Con respecto a la segunda pregunta: " Señale en el paréntesis con una X el medio de comunicación que más utiliza "; de 329 alumnos encuestados, 208 equivale al 63,2 % utilizan la radio, ocupando este medio de comunicación el primer lugar de sintonía. La televisión y la prensa escrita se ubican en segundo y tercer lugar respectivamente.

Las razones que producen estos resultados, referentes a la mayor sintonía de la radio en los educandos del Instituto Pedagógico "Ciudad de Cariamanga" se deben a:

- facilidad para adquirir un radio receptor.
- poco valor económico para su funcionamiento,
- la radio acompaña,
- la radio no interfiere en las actividades del hombre,
- llega con sus ondas a los lugares más apartados de nuestro cantón; provincia y país llevando información y entretenimiento; y,
- la radio ofrece a los jóvenes una mejor y mayor programación musical acorde a su edad.

Por lo anteriormente anotado, podemos señalar que la radio es el medio de comunicación de mayor aceptación de nuestros educandos, no así la televisión y prensa que por su alto costo no llegan a todos los educandos del Instituto Pedagógico "Ciudad de Cariamanga".

3. Señale con una X en el paréntesis la radio local que más sintoniza.

CUADRO Nº 3

Orden	Radios Locales	Nf	%
1.	Ecuasur	151	45,9
2.	Cariamanga F.M.	80	24,3
3.	Cariamanga A.M.	55	16,7
4.	Unión Calvense	43	13,1
Total		329	100%

$$A\circ = \frac{f \cdot 360}{N}$$

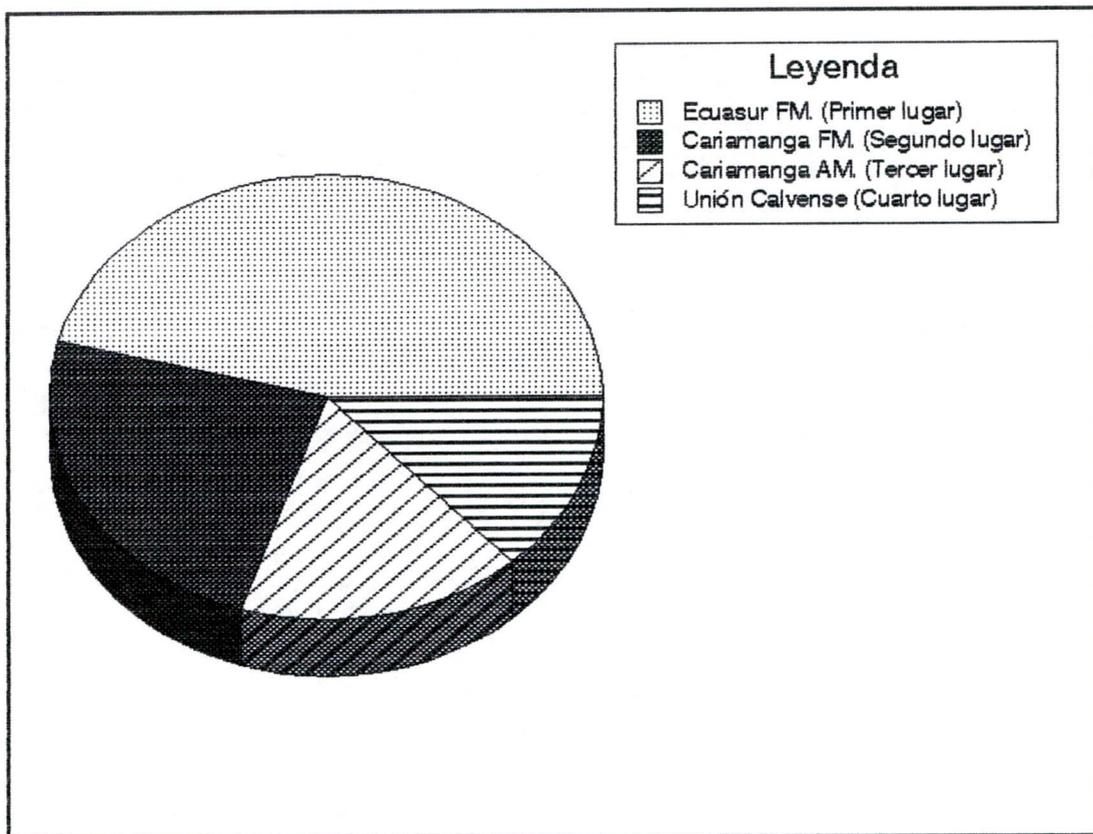
$$A\circ = \frac{151 \cdot 360}{329} = 165$$

$$A\circ = \frac{80 \cdot 360}{329} = 88$$

$$A\circ = \frac{55 \cdot 360}{329} = 60$$

$$A\circ = \frac{43 \cdot 360}{329} = 47$$

GRÁFICA Nº 3



## ANÁLISIS DE PREGUNTA Nº 3.

En relación a la tercera pregunta: " Señale con una X en el paréntesis la radio local que más sintoniza "; de los 329 encuestados, 151 equivalente al 45,9% ubican a la radio ECUASUR en el primer lugar de sintonía, las radios Cariamanga F.M., Cariamanga A.M. y Unión Calvense ocupan el segundo, tercero y cuarto lugar respectivamente.

Las razones, entre otras, que permiten ubicar a la radio ECUASUR en el primer lugar de sintonía en los alumnos del IPED "Ciudad de Cariamanga", se debe a que esta radio dirige su programación preferentemente a la juventud a través de:

- música de actualidad,
- música folclórica,
- música nacional,
- promueve la participación del público, especialmente de los jóvenes mediante concursos,
- permite la presentación y entrevistas de artistas, políticos y personajes ilustres,
- presentación de noticieros en dos emisiones, con noticias locales, provinciales, nacionales e internacionales,
- da apertura a todos los partidos políticos para que expongan sus ideologías, planes, programas, propagandas, etc.

Concluyendo podemos decir que la radio ECUASUR se ha ganado el primer lugar de sintonía en los educandos por su variada programación, que satisface las preferencias musicales e informativas de los mismos, a tal punto que se ha constituido en la tribuna abierta de nuestra

comunidad.

Las radios Cariamanga A.M. y F.M. y Unión Calvense, por no dar apertura a todos los estamentos sociales y políticos, los estudiantes del IPED de la ciudad de Cariamanga los ubican en los lugares de sintonía anteriormente indicados.

4. Marque en el paréntesis con una X el canal de televisión que más sintoniza.

CUADRO N° 4

Orden	Canales de televisión	N f	%
1º	Teleamazonas	153	46,5
2º	Telecentro	105	31,9
3º	Gamavisión	41	12,5
4º	Ecuavisa	26	7,9
5º	Telesistema	4	1,2
Total		329	100 %

$$Aº = \frac{f * 360}{N}$$

$$Aº = \frac{153 * 360}{329} = 167$$

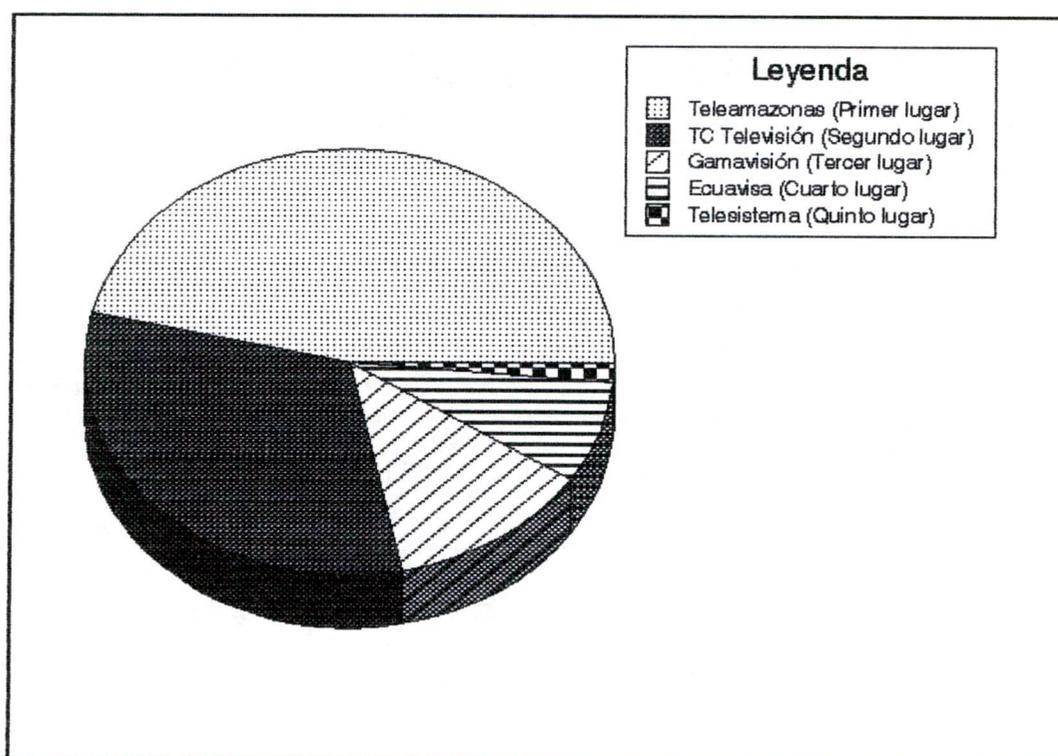
$$Aº = \frac{105 * 360}{329} = 115$$

$$Aº = \frac{41 * 360}{329} = 45$$

$$A\circ = \frac{26 \times 360}{329} = 29$$

$$A\circ = \frac{4 \times 360}{329} = 4$$

GRÁFICA Nº 4



#### ANÁLISIS DE LA PREGUNTA Nº 4.

En la cuarta pregunta : " Marque en el paréntesis con una X el canal de televisión que más sintoniza "; en relación a esta pregunta 329 encuestados, 153 personas equivalentes al 46,5 % ubican a Teleamazonas en el primer lugar de sintonía. TC televisión, Gamavisión, Ecuavisa y Telesistema ocupan el segundo, tercero, cuarto y

quinto lugar respectivamente.

Las razones principales que permiten ubicar al canal de televisión Teleamazonas en el primer lugar de sintonía son :

- la calidad y variedad de la programación,
- seriedad y objetividad en la noticia,
- presentación de programas deportivos más amplios y en directo,
- difusión de programas de carácter educativo y cultural ,
- regularidad y nitidez de imagen y sonido.

Teleamazonas, por ser uno de los canales mejor equipados tecnológicamente hablando, es sintonizado en nuestro medio con mayor nitidez en todo el desarrollo de su programación. Los encuestados lo ubican en el primer lugar de sintonía. Mientras que los otros canales , por deficiencias de imagen y sonido, y por no disponer de las antenas repetidoras que les permitan llegar con regularidad a los televidentes, se ubican en los lugares subsiguientes.

5. Por cual de los aspectos sintoniza los

medios de comunicación, señale con una X en el paréntesis.

CUADRO Nº 5

Orden	Aspectos	N f	%
1º	Informarse	244	74,2
2º	Educarse	54	16,4
3º	Entretenerse	27	8,2
4º	Deportes	4	1,2
Total		329	100 %

$$A_{\circ} = \frac{f * 360}{N}$$

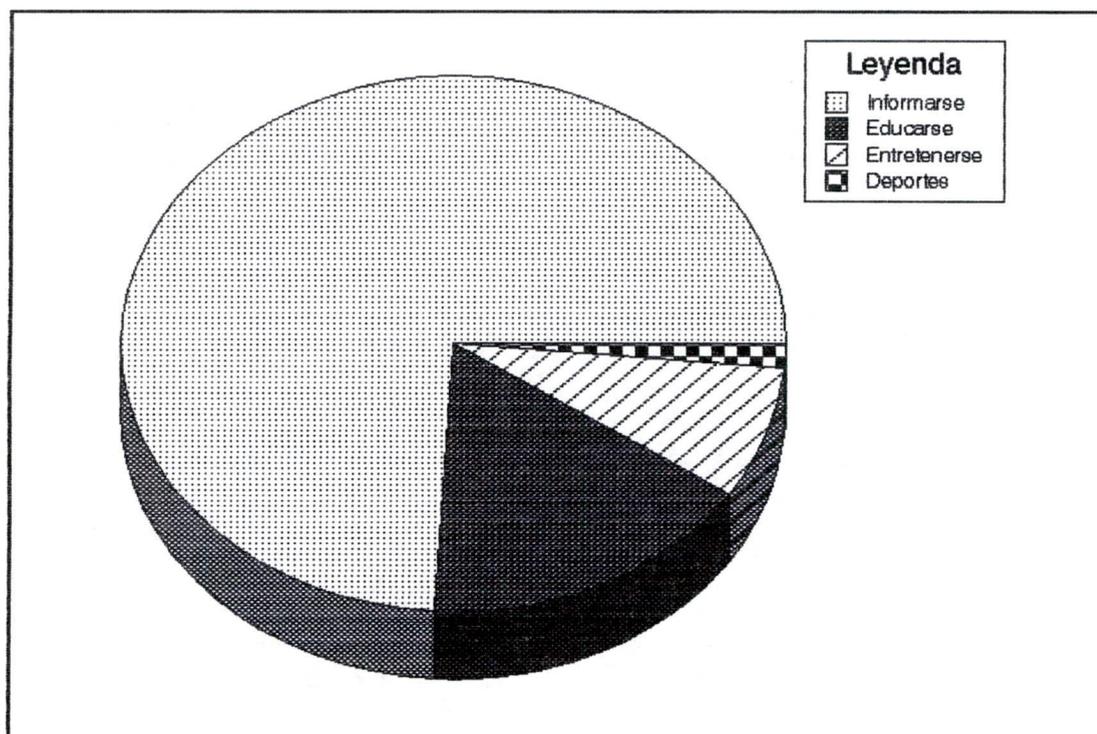
$$A_{\circ} = \frac{244 * 360}{329} = 267$$

$$A_{\circ} = \frac{54 * 360}{329} = 59$$

$$A_{\circ} = \frac{27 * 360}{329} = 30$$

$$A_{\circ} = \frac{4 * 360}{329} = 4$$

GRAFICA Nº 5



#### ANÁLISIS DE LA PREGUNTA Nº 5.

En lo que respecta a la quinta pregunta : " Por cual de los aspectos sintoniza los medios de comunicaci6n. Señale con una X en el paréntesis ", de la poblaci6n de 329 encuestados , 244 equivalente al 74,2 % utilizan a los medios de comunicaci6n para Informarse, ocupando este aspecto el primer lugar. Educarse, entretenerse y noticias deportivas ocupan el segundo, tercero y cuarto lugar de preferéncia respectivamente.

El motivo por el cual los educandos encuestados utilizan a los medios de comunicación preferentemente para informarse de todo lo que acontece en nuestro medio, provincia, país y el mundo, se debe a la edad cronológica y la formación cultural que ya tienen los estudiantes del Instituto Pedagógico, pues estamos tratando con personas de criterio formado, que buscan alcanzar una profesión dentro de la docencia.

Los otros aspectos de esta pregunta no tienen mayor importancia debido a que las programaciones no satisfacen las expectativas de los educandos, sino que los medios de comunicación, cumplen estrictamente los objetivos de carácter económico para los que fueron creados.

Finalmente podemos señalar que existen aspectos fundamentales que se deben tomar en cuenta para que los medios de comunicación se constituyan en instrumentos importantes para el desarrollo de nuestra sociedad. Así, la radio y televisión local y nacional respectivamente deben producir y transmitir más y mejores programas culturales, que se adapten a las necesidades y requerimientos de los televidentes dentro del

aspecto formativo. Además que cumplan estrictamente con todas las reglamentaciones de las Leyes que rigen a los medios de comunicación colectiva.

### 3.2. Valores.

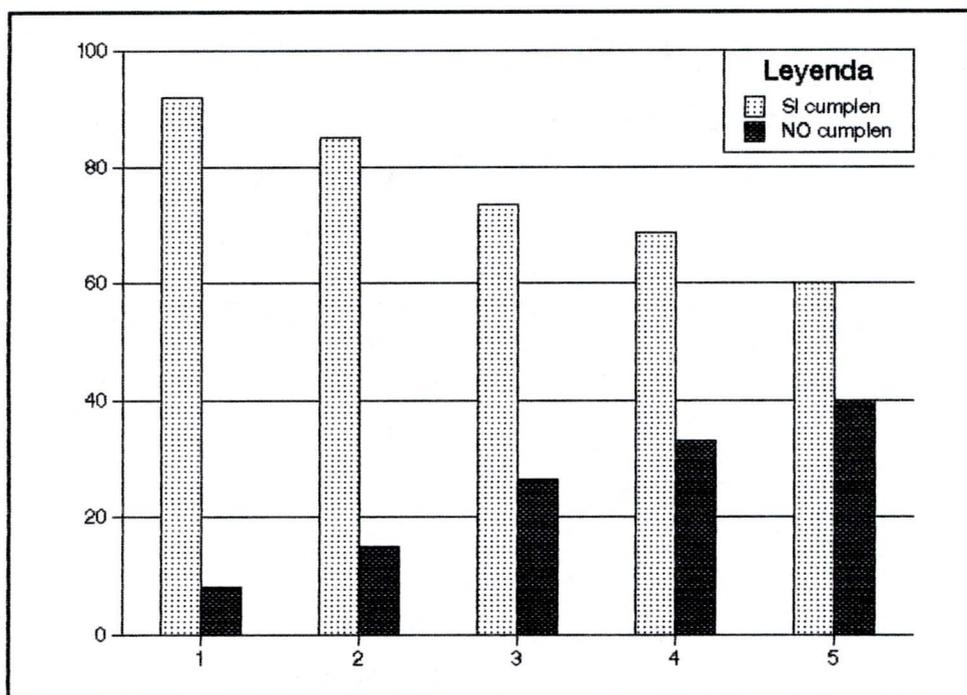
#### 6. Valores culturales.

Escriba en el paréntesis (SI) o (NO) si la radio y la televisión cumplen o no con los siguientes enunciados.

CUADRO Nº 6

Nº de Orden	Alternativas	Nf	%	Nf	%	T f	T %
		SI		NO			
1.	- Hace conocer el mundo en que vivimos.	302	91,8	27	8,2	329	100
2.	- Hace conocer los grandes adelantos científicos.	280	85,1	49	14,9	329	100
3.	- Propicia el adelanto cultural.	242	73,6	86	26,4	329	100
4.	- Rescata la cultura nacional.	220	68,9	109	33,1	329	100
5.	- Impone nuevas tendencias culturales.	196	60	133	40	329	100

GRAFICA Nº 6



### ANÁLISIS DE LA PREGUNTA Nº 6.

- En lo que corresponde a la primera pregunta : " Hace conocer el mundo en que vivimos ", de 329 encuestados, 302, equivale al 91,8 % nos dan una respuesta afirmativa.

- En la segunda pregunta : " Hace conocer los grandes adelantos científicos ", de 329 encuestados, 280, equivalente al 85,1 % dan respuestas positivas.

- En la tercera alternativa : " Propicia el adelanto cultural ", de 329 datos, 242, equivalente al 87 % son respuestas afirmativas.

- En la cuarta alternativa : " Rescata la cultura nacional ", de 329 encuestados, 220, equivalente al 68,9 % responden de manera afirmativa.

Con los resultados obtenidos y anteriormente anotados, podemos señalar que la radio y la televisión si influyen positivamente en la formación de valores culturales en los educandos del IPED " Ciudad de Cariamanga " en un 80 %, a través de los diferentes programas como : El mundo de Beakman, Vanidades TV., Complicidades, Cosas de casa, National Geographic, Comportamiento humano, Cocine con clase, Sexto sentido, El hombre y el campo, Noticieros, etc. En lo que respecta a las radios locales podemos anotar los noticieros y el informativo agropecuario, que se transmite de lunes a viernes en el horario de 18h00 a 19h00 a través de la radio Unión Calvense.

Finalmente, podemos decir, que la influencia de la radio y la televisión es significativa,

pese a que los programas son reducidos en los que se refiere a tiempo y al horario inoportuno en que se transmiten, especialmente los de la mañana, por cuanto los educandos pasan la mayoría de su tiempo en los centros educativos o realizando otras actividades diarias. Los programas que se transmiten por la tarde y fines de semana tienen más sintonía y mayor influencia en la formación de valores culturales.

- En lo que se refiere a la quinta alternativa : " Impone nuevas tendencias culturales ", de 329 encuestados, 196, equivale al 60 % responden positivamente, de lo que podemos deducir lo siguiente : La radio y televisión, están influyendo negativamente en los educandos del IPED porque de da mayor importancia a aspectos de otras culturas y poca a la nuestra.

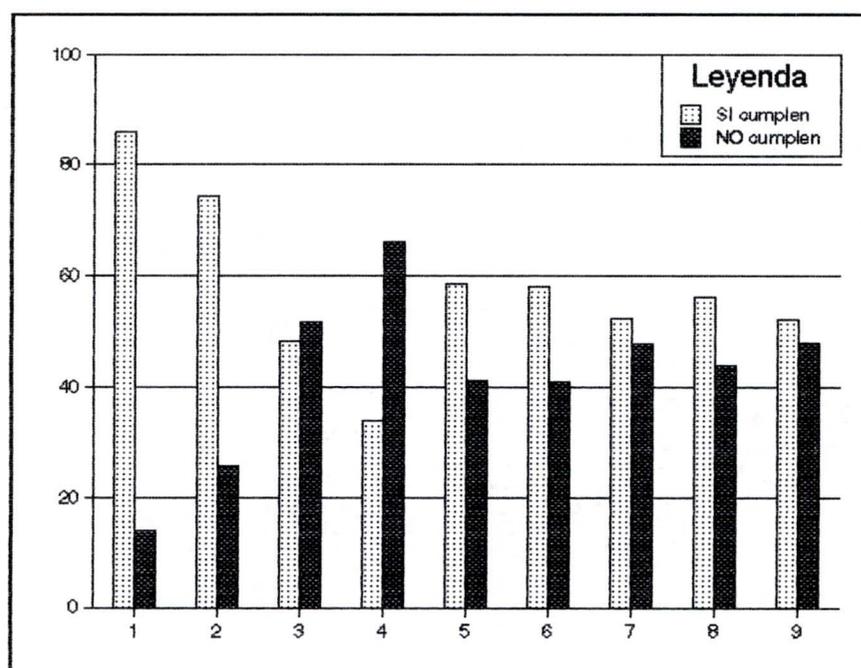
#### **7. Valores sociales.**

Escriba en el paréntesis (SI) o (NO) si la radio y la televisión cumplen o no con las siguientes alternativas.

CUADRO Nº 7

Nº de Orden	Alternativas	Nf	%	Nf	%	Tf	T %
		SI		NO			
1.	- Ayuda a desarrollar el medio social.	283	86	46	14	329	100
2.	- Desarrolla la solidaridad.	244	74,2	85	25,8	329	100
3.	- Promueve el consumo de alcohol, cigarrillo y drogas.	159	48,3	170	51,7	329	100
4.	- Fomenta el racismo.	112	34	217	66	329	100
5.	- Aliena al público imponiendo costumbres.	193	58,7	136	41,3	329	100
6.	- Aliena a los jóvenes imponiendo dialectos.	191	58	138	41	329	100
7.	- Aliena al público imponiendo estereotipos extraños.	172	52,3	157	47,7	329	100
8.	- Da origen a la delincuencia y crímenes.	185	56,2	144	43,8	329	100
9.	- Ayuda al desarrollo y formación de pandillas.	171	52	158	48	329	100

GRÁFICA Nº 7



**ANÁLISIS DE LA PREGUNTA Nº 7.**

- De los resultados obtenidos, en la primera alternativa : " Ayuda a desarrollar el medio social ", de 329 encuestados, 283, equivalente al 86 % responden positivamente.

- En la segunda alternativa : " Desarrolla la solidaridad ", de 329 encuestados, 244, equivale al 74,2 % se pronuncian positivamente.

De estos dos aspectos de carácter social podemos afirmar que la radio y televisión influyen en la formación de estos valores, cuando se convoca a la colectividad solicitando ayuda y solidaridad para las personas, grupos sociales, pueblos y naciones que sufren desgracias de diversa índole, como por ejemplo : La convocatoria a la unidad y solidaridad con el pueblo y ejército ecuatoriano, frente a la agresión que sufrió nuestro país en los meses de Enero y Febrero de 1995, por parte del Perú.

- En cuanto se refiere a la tercera alternativa : " Promueve el consumo de alcohol, cigarrillos y drogas, de 329 encuestados, 170, equivalente al 51,7 % nos responden

negativamente.

- En la cuarta alternativa : " Fomenta el racismo ", de 329 encuestados, 217, equivalente al 66 % señalan que la radio y televisión no fomentan el racismo.

De los porcentajes anteriormente anotados deducimos que la radio y la televisión no influyen en el consumo de alcohol, cigarrillo, drogas, ni fomenta el racismo, debido a la edad y nivel cultural de los educandos y a la diversidad de grupos étnicos existentes en nuestro país.

- En la quinta alternativa : " Aliena al público imponiendo costumbres ", de 329 encuestados, 193, equivalente al 58,7 % responden positivamente.

- En la sexta alternativa : " Aliena a los jóvenes imponiendo dialectos ", de 329 encuestados, 191, equivalente al 58 % responden positivamente.

- En la séptima alternativa : " Aliena al público imponiendo estereotipos extraños ", de 329 encuestados, 172, equivalente al 52,3 %

contestan afirmativamente.

- En la octava alternativa : " Da origen a la delincuencia y crímenes ", de 329 encuestados, 185, equivalente al 56,2 % responden afirmativamente.

- Y la novena alternativa : " Ayuda al desarrollo y formación de pandillas juveniles, de 329 encuestados, 171, equivalente al 58 % responden afirmativamente.

Con los porcentajes obtenidos de la encuesta aplicada a toda la población estudiantil del IPED se determina con claridad la influencia negativa de la radio y televisión en la formación de valores sociales, si observamos diariamente en los jóvenes, en general, su manera de vestir, dialectos, agresividad, delincuencia y crímenes. En nuestro medio social ya se observa el resultado de estos antivalores, con la presencia de pandillas juveniles, con características propias de los programas de la televisión (peinados, cortes de pelo, vestimenta, tatuajes, maquillajes, aretes, argollas, etc.).

Del análisis de los resultados de la



encuesta en lo que se refiere a los valores sociales, podemos señalar que de las 9 alternativas, cinco determinan que la programación de la radio y la televisión en un 55,6 % influye negativamente dando lugar a la formación de antivalores. Las cuatro alternativas restantes ayudan al desarrollo de valores sociales, lo que determina que el 44,4 % de la programación de la radio y televisión influye positivamente.

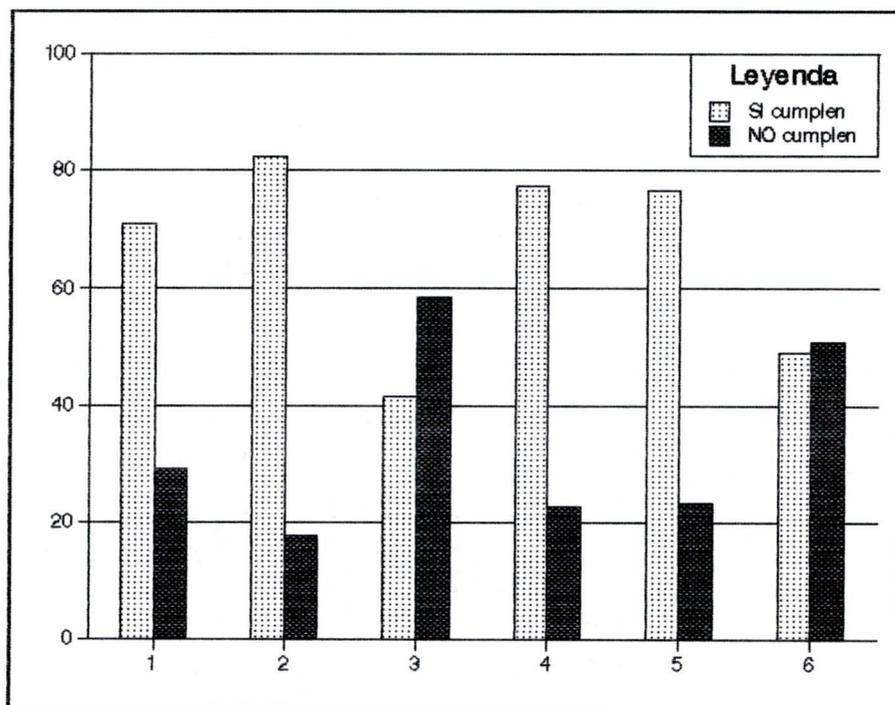
### 8. Valores Morales.

Escriba en el paréntesis (SI) o (NO) si la radio y la televisión cumplen o no con las siguientes alternativas.

CUADRO Nº 8

Nº de Orden	Alternativas	Nf	%	Nf	%	Tf	T%
		SI		NO			
1.	-Destaca los valores humanos.	233	70,8	46	29,2	329	100
2.	- Ayuda a desarrollar los valores morales en las personas.	271	82,4	58	17,6	329	100
3.	- Sirven todos los programas de ejemplo para los jóvenes.	137	41,6	192	58,4	329	100
4.	- Utiliza a la mujer con fines publicitarios.	254	77,2	75	22,8	329	100
5.	- Utiliza a la mujer como símbolo sexual.	252	76,6	77	23,4	329	100
6.	- Transmiten novelas y películas adecuadas para todo el público.	161	49	168	51	329	100

GRÁFICA Nº 8



## ANÁLISIS DE LA PREGUNTA Nº 8.

- En la primera alternativa : Destaca los valores humanos, de 329 encuestados, 233, equivalente al 78,8 %, y en la segunda alternativa : Ayuda a desarrollar los valores morales de las personas, de 329 encuestados, 271, equivalente al 82,4 % responden positivamente.

- La tercera alternativa : Sirven todos los programas de ejemplo para los jóvenes, de 329 encuestados, 192, equivalente al 58,4 %; la

cuarta alternativa : Utiliza a la mujer con fines publicitarios, de 329 encuestados, 254, que equivale al 77,2 %; la quinta alternativa : Utiliza a la mujer como símbolo sexual, de 329 encuestados, 252, equivale al 76,6 %; y la sexta alternativa : Transmite novelas y películas adecuadas para todo el público, de 329 encuestados , 168, equivalente al 51 %.

Las razones por las cuales se dan estos porcentajes, se debe a que la radio y televisión presentan programas que no son adecuados para todos los televidentes, por las novelas, series, películas, concursos, propagandas políticas, que están cargadas de violencia y escenas eróticas que influyen negativamente en el aspecto moral de las personas. En lo que se refiere a la mujer, especialmente la televisión explota y denigra en la mayoría de los comerciales, para promover la venta masiva de productos, tales como : Licores, cigarrillos, refrescos, vehículos, revistas, cosméticos, ropa, artefactos eléctricos, etc.

En lo que se refiere a los valores morales podemos señalar que de las seis alternativas planteadas, las dos primeras determinan que la programación de la radio y televisión en un 33 %

influye positivamente en la formación de estos valores en los educandos del IPED " Ciudad de Cariamanga ". Esta influencia se da por el respeto , coherencia, honestidad y ejemplo que se refleja de los comunicadores sociales en sus diferentes actividades.

Las cuatro alternativas restantes que representan el 67 % determinan que las programaciones de la radio y televisión tienen una influencia negativa en la formación de valores morales en la población encuestada y motivo de nuestra investigación.

En forma general podemos decir que la influencia de estos medios de comunicación es más negativa que formativa en el desarrollo de los valores; de ahí la falta de los mismos que tanto se habla en la actualidad dentro de nuestra sociedad, motivado entre otros factores, por la perniciosa influencia de los medios de comunicación.

#### **9. Valores Económicos.**

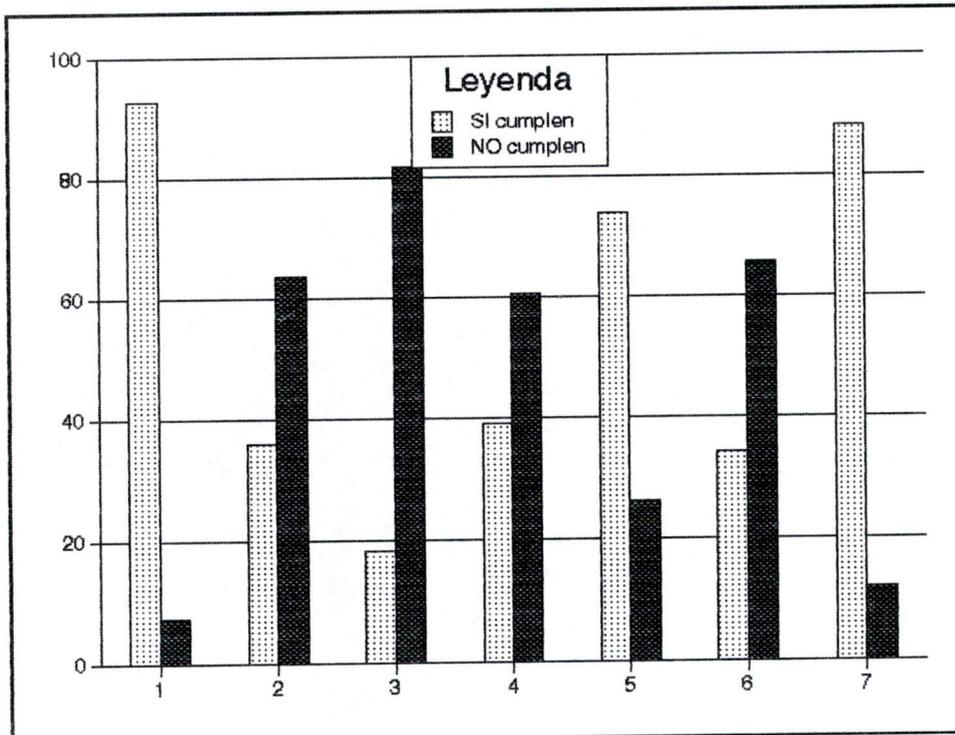
Escriba en el paréntesis (SI) o (NO) si la radio y la televisión cumplen o no con las

siguientes alternativas.

CUADRO Nº 9

Nº de Orden	Alternativas	Nf	%	Nf	%	Tf	T%
		SI		NO			
1.	-Permiten conocer la actualidad económica del país.	305	92,7	24	7,3	329	100
2.	- Nos permite mejorar nuestra economía.	119	36,2	210	63,8	329	100
3.	- Facilita el ahorro de los recursos económicos.	60	18,2	269	81,8	329	100
4.	- Desarrolla campañas de economía.	129	39,2	200	60,8	329	100
5.	- Permite conocer y aprovechar nuestra producción.	243	73,9	86	26,1	329	100
6.	- Induce al uso adecuado del dinero.	113	34,3	216	65,7	329	100
7.	- Induce al consumo de productos.	290	88,1	39	11,9	329	100

GRÁFICA Nº 9



**ANÁLISIS DE LA PREGUNTA Nº 9.**

- En la primera alternativa : Permite conocer la actualidad económica del país, de 329 encuestados, 305, equivale al 92,7 % y en la quinta alternativa : Permite conocer y aprovechar nuestra economía, de 329 encuestados, 243, equivalente al 73,9 % responden positivamente, ya que en los programas diarios de radio y televisión nos hacen conocer aspectos de carácter económico, como : Bolsa de valores, cotización de las divisas extranjeras, precios de los productos de exportación, producto interno bruto, operaciones bancarias, índice de inflación, etc., aspectos que permiten vender y comprar nuestros productos en valores reales, que faciliten mejorar la economía del sector productivo.

- La segunda alternativa : Nos permite mejorar nuestra economía, de 329 encuestados, 210, equivalente al 63,8 %. La tercera alternativa : Facilita el ahorro de los recursos económicos, de 329 encuestados, 269, equivalente al 81,8 %. La cuarta alternativa : Desarrolla campañas de economía, de 329 encuestados, 200, equivalente al 60,8 %. La sexta alternativa : Induce al uso adecuado del dinero, de 329 encuestados, 216,

equivalente al 65,7 %; y, la séptima alternativa : Induce al consumo de productos, de 329 encuestados, 290, equivalente al 81,8 %.

En lo que se refiere a los valores económicos, podemos deducir, que las siete alternativas planteadas : La primera y quinta alternativa, determinan que el 29 % de la programación de la radio y televisión influyen en la formación de valores económicos, lo que refleja la situación actual de nuestro país.

Las cinco alternativas restantes que representan el 71 % de la programación de la radio y televisión influyen negativamente en la formación de estos valores; más bien fomenta el consumismo de los productos que nos ofrecen las diferentes empresas nacionales y transnacionales, a través de los comerciales que se dan en los medios de comunicación.

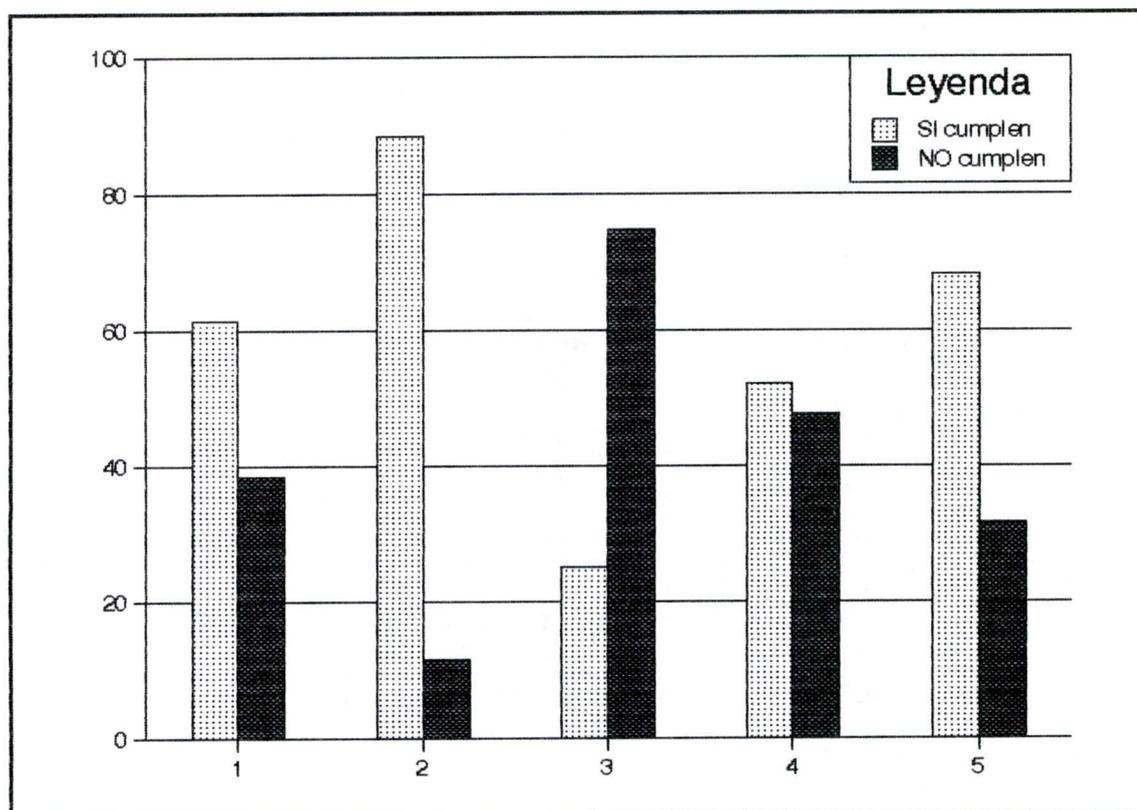
#### **10. Valores Religiosos.**

Escriba en el paréntesis (SI) o (NO) si la radio y la televisión cumplen o no con las siguientes alternativas.

CUADRO Nº 10

Nº de Orden	Alternativas	Nf	%	Nf	%	Tf	T%
		SI		NO			
1.	- Ayudan a la formación de valores religiosos.	202	61,4	127	38,6	329	100
2.	- Las radios locales promueven la religión católica.	291	88,4	380	11,6	329	100
3.	- Fomenta la proliferación de sectas religiosas en nuestro medio.	83	25,2	246	74,8	329	100
4.	- La TV. presenta programas de diferentes sectas religiosas.	172	52,3	157	47,7	329	100
5.	- Permite a los jóvenes desarrollarse dentro de sus propias creencias.	225	68,4	104	31,6	329	100

GRÁFICA Nº 10



**ANÁLISIS DE LA PREGUNTA Nº 10**

- La primera alternativa : Ayuda a formación de valores religiosos, de 329 encuestados, 202, equivalente al 61,4 %. La segunda alternativa : Las radios locales promueven la religión católica, de 329 encuestados, 291, equivalente al 88,4 %. La cuarta alternativa : Presenta programas de diferentes sectas religiosas, de 329 encuestados, 172, equivalente al 52,3 %. La quinta alternativa : Permite a los jóvenes desarrollarse dentro de sus propias creencias, de 329 encuestados, equivalente al 68,4 % nos dan una respuesta positiva.

- La tercera alternativa : Fomenta la proliferación de sectas religiosas en nuestro medio, de 329 encuestados, 246, equivalente al 74,8 % responden negativamente.

De los resultados obtenidos, podemos señalar que las radios locales y la TV. nacional, influyen positivamente en la formación de valores religiosos en los educandos del IPED " Ciudad de Cariamanga ", porque dan apertura a la religión católica y otras sectas religiosas, para que den a conocer sus preceptos o postulados religiosos a

través de las transmisiones de la misa dominical, reflexiones, vida nueva, club 700, lumen 2000, etc. Todo esto permite el culto de las diferentes religiones y a los jóvenes desarrollarse dentro de sus propias creencias.

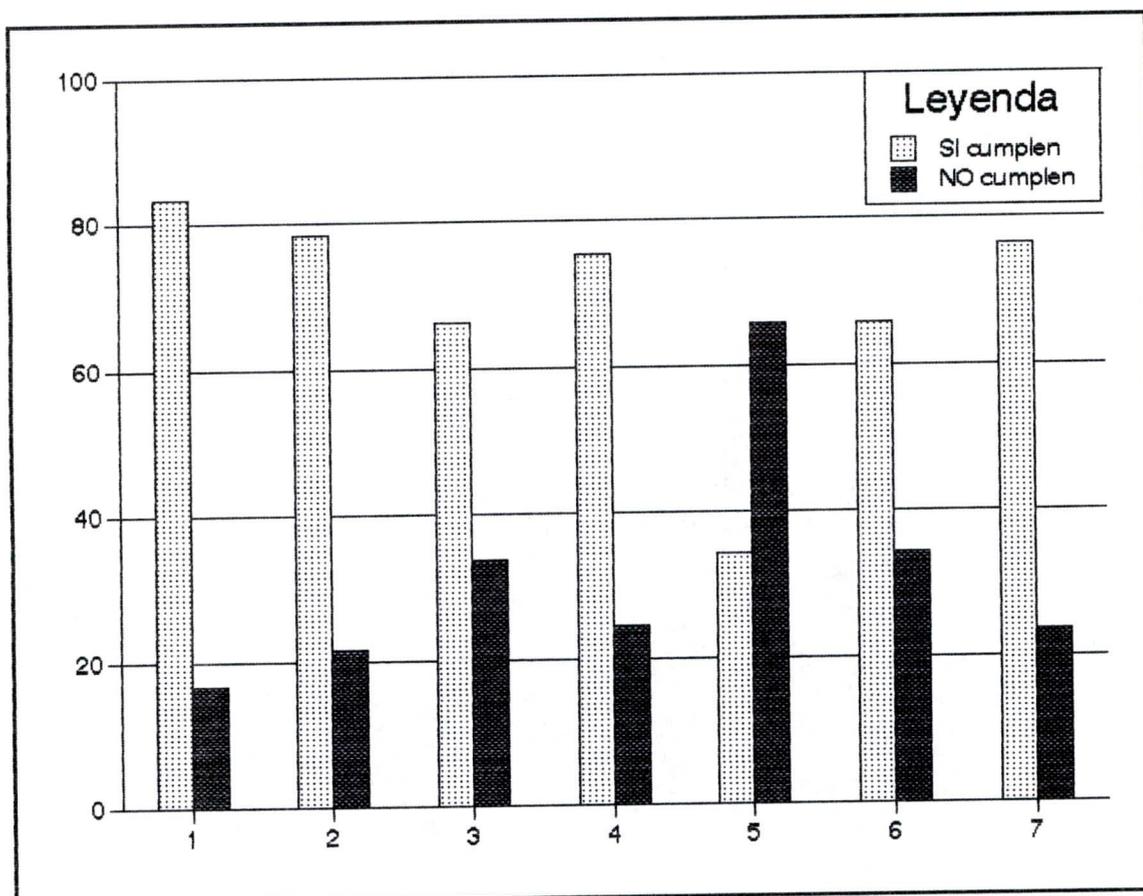
### 11. Valores Políticos.

Escriba en el paréntesis (SI) o (NO) si la radio y la televisión cumplen o no con las siguientes alternativas.

CUADRO NO 11

Nº de Orden	Alternativas	Nf	%	Nf	%	Tf	T%
		SI		NO			
1.	- Fomentan el deber y el derecho de elegir y ser elegido.	274	83,3	55	16,7	329	100
2.	- Fortalece la democracia.	258	78,4	71	21,6	329	100
3.	- Desarrolla en los jóvenes una conciencia política.	218	66,3	111	33,7	329	100
4.	- La radio y la televisión influyen por determinado partido político.	248	75,4	81	24,6	329	100
5.	- Favorece la práctica de la política como ciencia.	113	34,3	216	65,7	329	100
6.	- Informa con parcialidad los actos políticos.	216	65,7	113	34,3	329	100
7.	- Ayuda a la proliferación de los partidos políticos.	251	76,3	78	23,7	329	100

GRÁFICA Nº 11



## ANÁLISIS DE LA PREGUNTA Nº 11.

- En la primera alternativa : Fomentan el deber y el derecho a elegir y ser elegido, de 329 encuestados, 274, equivalente al 83,3 %. La segunda alternativa : Fortalece la democracia, de 329 encuestados, 258, equivalente al 78,4 %. La tercera alternativa : Desarrolla en los jóvenes una conciencia política, de 329 encuestados, 218, equivalente al 66,3 % y la sexta pregunta :

Informa con imparcialidad los actos políticos, de 329 encuestados, 216, equivalente al 65,7 %, todas estas alternativas con respuestas positivas.

Estos resultados nos permiten determinar que la programación de la radio y la televisión, si influye en la formación de valores políticos, en los educandos del IPED, por las siguientes razones : Colaboran con el Tribunal Supremo Electoral en la convocatoria a elecciones nacionales, provinciales y seccionales, orienta a los electores sobre los deberes y derechos de elegir y ser elegido, permite la participación activa de los diferentes partidos políticos y grupos independientes, que enriquecen la conciencia política a los jóvenes estudiantes. Como consecuencia de estos actos tenemos el fortalecimiento del sistema democrático del Ecuador.

La cuarta alternativa : La radio y la televisión influyen por determinado partido político, de 329 encuestados, 248, equivalente al 75,4 %, la quinta alternativa : Favorece la práctica de la política como ciencia, de 329 encuestados, 216, equivalente al 65,7 %; y la

séptima alternativa : Ayudan a la proliferación de partidos políticos, de 329 encuestados, 251, equivalente al 76,3 %, con respuestas que no influyen en la formación de valores políticos.

Las razones para que se den estos antivalores , se debe a que en nuestro medio existe el sistema de emisoras Cariamanga A.M. y F.M. donde solamente se favorece a un partido político ya que su gerente propietario es un miembro activo del partido político Concentración de Fuerzas Populares CFP. Por otra parte, la gran apertura que dan las otra radios locales, los canales de televisión y la Constitución del Estado, dan origen a la presencia de infinidad de movimientos y partidos políticos que no permiten desarrollar la política como ciencia, que nos mantiene en el subdesarrollo. En nuestra ciudad y país, se ha tomado a la política como un medio para escalar posiciones sociales y enriquecimiento personal, producto de la corrupción nacional y carencia d valores en nuestra sociedad.

Analizando las siete alternativas de los valores políticos, podemos determinar que la primera, segunda, tercera y sexta alternativa que

es el 57 % de las programaciones influyen positivamente en la formación de valores políticos.

Las alternativas cuarta, quinta y séptima, determinan el 43 % de las programación de la radio y televisión influyen negativamente en la formación de estos valores.

## **CAPITULO IV**

**PROPUESTA DE ORIENTACIÓN PARA  
AUTORIDADES, DOCENTES, DISCENTES Y  
PADRES DE FAMILIA DEL INSTITUTO  
PEDAGÓGICO "CIUDAD DE CARIAMANGA"  
1996 - 1997**

## 1. Antecedentes.

La comunicación en general tiene su origen con el hombre, que nace del deseo de superar el aislamiento y la soledad.

Por ello está directamente vinculada con todas las actividades y actitudes de la sociedad, con sus formas de pensamiento y expresión, y con los acontecimientos más sobresalientes de la humanidad, desarrollando la solidaridad y reciprocidad.

El desarrollo de los medios de comunicación está condicionado con el incremento y progreso de la población, el surgimiento de las grandes urbes y la revolución tecnológica industrial que se inició a fines del siglo XVIII con los descubrimientos de físicos famosos como James Clerk Maxwell, Rudolph Hertz, Paúl Kipkow, J.L. Baird y V.Z. Zworykin, inventos que sirvieron para el desarrollo de la radio y televisión a nivel mundial.

Los medios de comunicación en la actualidad han alcanzado su máximo desarrollo tecnológico, ya que no sólo se los considera como instrumentos de recreación e información, sino en elementos básicos de las actividades del hombre que permite el desarrollo de la

sociedad.

Gracias a la tecnología en la actualidad contamos con un medio de comunicación a nivel mundial más sofisticado como es el de INTERNET y en nuestro país con ECUANET encargados de enviar y recibir todo tipo de información, desde nuestros hogares por medio del sistema de computación.

Este medio de comunicación presta una gran ayuda a todas las personas interesadas en mejorar su nivel cultural y social. Por ser nuevo y su elevado valor económico no está al alcance de todos los estratos sociales.

En nuestro país, los medios de comunicación, radio y televisión, no cumplen con lo que establece la Ley que los rige; y , cabe señalar que la ley especial de los medios de comunicación colectiva se encuentra en tratamiento para su aprobación en el Congreso Nacional.

La radio y televisión, solamente cumplen una función lucrativa, que satisface los intereses del poder político y económico, sin tomar en cuenta la formación de las personas dentro del orden educativo e instructivo, tanto para el joven como para el adulto.

Lamentablemente, un gran porcentaje de la programación transmitida por la televisión, contiene un sinnúmero de novelas y series que en lugar de instruir, más bien deforman la mente de las personas. Frente a este inconveniente, se hace necesario captar señales que contribuyan de manera positiva en la formación del pensamiento de cada individuo, de modo que la radio y televisión se constituyan en un medio que ayude a autoeducar y mejore el continuo proceso de aprendizaje. Como por ejemplo el programa TELEDUCACIÓN, transmitido de 10h00 a 10h30, pero para cumplir con este objetivo es indispensable equipar a los centros educativos, de medios audiovisuales o transmitir este programa en horarios adecuados.

Para completar la presente investigación, los responsables de la misma consideramos necesario determinar que en el Instituto Pedagógico "Ciudad de Cariamanga" no se han utilizado los medios de comunicación para realizar un aprendizaje activo por las siguientes razones:

- La institución formadora de maestros, no cuenta con los medios audiovisuales acorde con los últimos adelantos de la tecnología.
  
- No cuenta con una sala de proyecciones.

- Carece de una sala de uso múltiple para llevar a cabo conferencias, debates, mesas redondas, etc.
- No se ha elaborado un cronograma de actividades donde se consideren los programas de los medios de comunicación para desarrollar las técnicas de aprendizaje activo.

## 2. Justificación.

Todos estamos conscientes de que los medios de comunicación radio y televisión constituyen una gran fuente de influencia dentro del proceso de formación de las personas. Dentro de este marco, resulta muy beneficioso que los diferentes programas que se transmiten, sean de orden educativo e instructivo para los educandos del IPED "Ciudad de Cariamanga". Por tal razón consideramos necesario concientizar a los propietarios de los medios de comunicación y autoridades para que cumplan y hagan cumplir lo establecido en la ley.

A las autoridades educativas, docentes, discentes y padres de familia, ponemos en consideración la siguiente propuesta, la misma que tiene como objetivo fundamental: conocer, reflexionar, analizar y aprovechar al máximo los programas emitidos a través de las radios locales y la televisión nacional en

beneficio del proceso enseñanza-aprendizaje que ayude al desarrollo de valores sociales, culturales, morales, económicos, políticos, y religiosos.

En la presente propuesta, planteamos diferentes actividades, las mismas que se han elaborado tomando como base y complemento a los programas de estudio y a las programaciones de los medios de comunicación, considerando los de carácter cultural.

Esperamos que la presente propuesta se pueda llevar a la práctica donde los medios de comunicación se constituyan en elementos positivos para la formación integral de los educandos.

### 3. Objetivos :

- 3.1. Motivar a las autoridades del IPED. para que ellas lideren y pongan en ejecución actividades, tendientes a conseguir en la comunidad educativa mayor reflexión, en relación al rol que cumplen los medios de comunicación social, en la educación de valores.
- 3.2. Desarrollar en los docentes y discentes técnicas de aprendizaje activo para mejorar la calidad de la educación.



- 3.3. Utilizar eficientemente la hemeroteca en los trabajos de investigación.
- 3.4. Concientizar a padres de familia y alumnos en el uso adecuado de los medios de comunicación.
- 3.5. Propiciar diálogos con los medios de comunicación colectiva para mejorar las programaciones diarias, especialmente de las radio difusoras cariamanguenses.
- 3.6. Desarrollar actitudes y valores que configuran un estilo de docente, capaces de estimular a los alumnos para que construyan su sistema de aprendizaje.
- 3.7. Promover el análisis crítico de los programas de la radio y televisión para fortalecer los valores en los educandos del IPED.
- 3.8. Concientizar a los televidentes para evitar el consumismo.

#### 4. Temática :

##### 4.1. Teleducación.

##### 4.1.1. Conservación del ecosistema.

- 4.1.2. Primero la lectura.
- 4.1.3. Reforma Curricular: Análisis de planes y programas primero y segundo año.
- 4.1.4. Los seres vivos.
- 4.1.5. Dilatación de los cuerpos.

#### 4.2. Comportamiento humano.

- 4.2.1. La sociedad.
- 4.2.2. Relaciones Humanas.
- 4.2.3. Dislexia.
- 4.2.4. Epilepsia.
- 4.2.5. Alcoholismo en los jóvenes.
- 4.2.6. Drogadicción.
- 4.2.7. Delincuencia juvenil.
- 4.2.8. La sexualidad en los adolescentes.
- 4.2.9. Problemas de ética profesional.
  - Relación del profesor con la sociedad.
  - Relación del profesor con la escuela.
  - Relación del profesor con el alumno.
  - Relación del profesor con los colegas.
  - Relación del profesor consigo mismo.

#### 4.3. Noticieros.

- 4.3.1. Adelantos tecnológicos.
- 4.3.2. Adelantos científicos.

- 4.3.3. Temas culturales.
- 4.3.4. Temas sociales.
- 4.3.5. Temas deportivos.
- 4.3.6. Editoriales.

#### 4.4. Comerciales.

- 4.4.1. Dulces " Manicho ".
- 4.4.2. Licores : Cerveza " Nevada ", " Pilsener ", etc.
- 4.4.3. Medicina : Panadol, sal de Andreaws, finalín, contres, etc.
- 4.4.4. Cosméticos : Lápiz labial, sombras, cremas, etc.
- 4.4.5. Electrodomésticos : refrigeradoras, cocinas, VHS, etc.
- 4.4.6. Bancos : Pacifico, Previsora, Continental, etc.
- 4.4.7. Vestido : Jean LEE, Silver, Adidas, Nike, etc.

#### 4.5. Seriales.

- 4.5.1. Películas de terror.
- 4.5.2. Películas de dramas.
- 4.5.3. Películas de héroes.
- 4.5.4. Películas pornográficas.
- 4.5.5. Películas cómicas.
- 4.5.6. Películas de violencia.

- 4.5.7. Películas de pandillas.
- 4.5.8. Películas de fugas.
- 4.5.9. Películas de asaltos.
- 4.5.10. Películas de secuestros.
- 4.5.11. Películas de contrabando, etc.

## 5. Actividades.

- 5.1. Gestionar ante las autoridades del MEC. la dotación de medios audiovisuales, ya que el IPED " Ciudad de Cariamanga " carece de estos recursos.
- 5.2. Habilitar el salón de proyecciones, por cuanto esta institución hasta la actualidad no tiene la sala de audio-visuales, necesaria para mejorar el inter-aprendizaje.
- 5.3. Autorizar el desarrollo de la propuesta para mejorar la calidad de la educación en los educandos del IPED.
- 5.4. Organizar VideoForos, con el propósito de dar funcionalidad a los medios audio-visuales y formar personas críticas y reflexivas.
- 5.5. Realizar trabajos de consulta e investigación en

la hemeroteca, para desarrollar hábitos de lectura, investigación y aprovechar los medios de comunicación masiva en la educación.

- 5.6. Charlas sobre el uso correcto de los medios de comunicación que permiten aprovechar eficientemente los programas en la formación integra de los educandos.

## 6. Recursos.

### 6.1. Humanos.

- Autoridades del IPED " Ciudad de Cariamanga.
- Docentes del IPED.
- Alumnos.
- Padres de Familia.

### 6.2. Técnicos :

- Técnico en el manejo de audio-visuales.
- Gerentes propietarios de los medios de comunicación.

### 6.3. Materiales :

- Televisión.
- Videos.
- Radio.
- Prensa.

- VHS.
- Material de escritorio.

#### 6.4. Financieros :

- Presupuesto de la institución.

### 7. Cronograma de Actividades.

**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

MES	HORA	ACTIVIDADES	LUGAR	RESPONSABLES	OBSERVACIONES
08 JULIO	08h00	- Autorizar el desarrollo de la propuesta.	IPED	Reotor	
11 JULIO	10H00	- Gestionar ante las autoridades del MEC la dotación de medios audiovisuales.	Quito	Reotor y Miembros del H. Consejo Directivo.	
12 JULIO	11h40	- Habilitar el salón de proyecciones.	IPED	Vicerrector, Técnico, Conserje Profesores y alumnos.	
15 JULIO	07h30	- Conferencia sobre la importancia de la prensa escrita y el éxito en las actividades de inter-aprendizaje.	IPED	Profesor guía.	Primer año "A" Momento Cívico.
17 JULIO	07h30	- Organización de video foro; tema : Conservación del Ecosistema.	IPED	Profesor. Didáctica de Ciencias Naturales.	
21 JULIO	07h30	- Conferencia sobre la importancia de la Televisión en el proceso enseñanza-aprendizaje.	IPED	Profesor Guía	Primer año "E"
29 JULIO	07h30	- Conferencia sobre la importancia de la radio.	IPED	Profesor Guía	Primer año "C"
31 JULIO	10h40	- Video Foro; tema : Primero la lectura.	IPED	Profesor. Didáctica de Lenguaje y Comunicación.	
01 AGOSTO	09h00	- Clase demostrativa aplicando las actividades de animación a la lectura (Reforma Curricular).	Escuela de Experimentación.	Profesores de la escuela.	Tercer año A, B, C, D.
15 AGOSTO	10H40	- Video Foro; tema : Los seres vivos.	IPED	Laboratorista.	Segundo año A, B, C.
21 AGOSTO	07h30	- Clases demostrativas aplicando las actividades de la lectura y el vocabulario (Reforma Curricular).	Escuela de Experimentación.	Profesor de la escuela.	Tercer año A, B, C, D.
29 AGOSTO	10H40	- Video Foro , Problemas en el aprendizaje : Dislexia.	IPED	Profesor de Psicología.	
12 SEPT.	10H40	- Mesa redonda, tema : El alcoholismo en los adolescentes.	IPED	Jefe Dpto del DOBE Médico del Hospital.	Segundo año A, B, C.
26 SEPT.	10H40	- Simposio : La drogadicción.	IPED	Psicólogo, Médico Comandante de la Policía.	Primer año A, B, C.

**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

MES	HORA	ACTIVIDADES	LUGAR	RESPONSABLES	OBSERVACIONES
02 OCTUBRE	09H00	- Diálogo con los gerentes propietarios de las radios locales con la finalidad de afinar los programas en favor de la educación del IPED y la comunidad en general.	Salón del Ilustre Municipio.	Autoridades educativas. Gerentes de las radios locales.	
07 OCTUBRE	07H30	- Visita a las diferentes estaciones radiales de la localidad.	Estaciones radiales.	Profesores guías.	Segundo año A, B, C.
09 OCTUBRE	08h30	- Conocimiento y análisis de las programaciones de la radio y la televisión.	IPED	Vicerrector.	Alumnos del segundo año.
10 OCTUBRE	10h40	- Observar y analizar programas de carácter social.	Sala de profesores. IPED	Profesor de Sociología.	Primer año A, B, C.
24 OCTUBRE	10h40	- Observar y analizar programas de carácter cultural.	Sala de profesores. IPED	Vicerrector.	Segundo año A, B, C.
07 NOV.	10h40	- Observar y analizar programas de carácter tecnológico y científico.	Sala de profesores.	Sección de recursos didácticos.	Segundo año A, B, C.
21 NOV.	10h40	- Trabajo de investigación en la hemeroteca : Problemas de Etica Profesional.	Biblioteca.	Jefe de la sección de investigación. Prof. de la Investigación.	Con los alumnos del Primer y segundo año
05 DIC.	10h40	- Análisis de comerciales.	Sala de profesores.	Profesor de Sociología. Profesor de Psicología.	Primer año A, B, C.
19 DIC.	10h40	- Observar y analizar películas : Terror, pornográficas, violencia, etc.	Sala de profesores.	Vicerrector, Jefe del DOBE, Profesores.	Segundo año A, B, C.



## CONCLUSIONES

**Conclusiones :** Al culminar nuestro trabajo de investigación, nos hemos dado cuenta de algunos aspectos importantes que las anotamos como conclusiones :

- La comunicación es la transmisión y recepción de los diferentes mensajes, los mismos que tiene relación con las actividades del hombre.
- En el proceso de la comunicación se consideran los siguientes elementos : Fuente, mensaje, canal y receptor; diferenciándose cada uno de éstos por su función específica.
- En el IPED " Ciudad de Cariamanga se utiliza la comunicación horizontal, en la que participan alumnos y maestros comprometidos con el cambio del pensamiento, formando personas con criterio definido, crítico, activo y reflexivo, basado en el constructivismo pedagógico.
- Los medios de comunicación social : Radio y televisión son utilizados preferentemente para informarse de todo lo que acontece en nuestro medio, provincia, país, y el mundo.
- La radio es el medio de comunicación más sintonizado

en nuestro medio por los educandos del IPED " Ciudad de Cariamanga ", no así la televisión y prensa que por su valor económico es difícil de adquirirlos.

- La radio local de mayor sintonía por los alumnos del IPED es radio Ecuasur, por su variada programación, y apertura a todo el público.
- El canal de mayor sintonía de la televisión nacional es Teleamazonas por su cobertura, calidad y variedad en la programación.
- Los programas de la radio y la televisión en la formación de valores culturales influyen positivamente en un 80 % y negativamente en un 20 % en los educandos del IPED, por cuanto nos hacen conocer el mundo en que vivimos, los grandes adelantos científicos, propicia y rescata la cultura.
- Los programas de la radio y la televisión influyen en la formación de antivalores sociales en un 55,6 % porque aliena a los educandos imponiendo costumbres, dialectos, estereotipos extraños, da origen a la delincuencia y crímenes y a la formación de pandillas juveniles. El 44,4 % de dicha programación influye positivamente en la formación de valores sociales.
- Dentro de los valores morales, el 67 % de la

programación de la radio y la televisión influyen negativamente en los educandos por cuanto no todos los programas sirven de ejemplo para los jóvenes, utiliza a la mujer con fines publicitarios y como símbolo sexual . Las novelas y películas no son adecuadas para todo el público, y solo el 33 % ayuda a la formación de valores morales.

- En lo que se refiere a los valores económicos, la programación general de la radio y la televisión, en 71 %, nos permite desarrollar dichos valores, más bien fomenta el consumismo de los productos que nos ofrecen las diferentes empresas a través de los comerciales. El 29 % de esta programación influye en la formación de estos valores.
- En cuanto a los valores religiosos podemos decir que la programación de la radio y la televisión en su totalidad influyen positivamente en la formación de estos valores, ya que ayuda a la formación de valores religiosos, fomenta la religión católica, presenta programas de diferentes sectas; y permiten a los jóvenes desarrollarse dentro de sus propias creencias.
- Referente a los valores políticos el 57 % de la programación de la radio y la televisión ayudan a la formación de éstos valores, por cuanto fomentan el

deber y el derecho de elegir y ser elegidos, fortalece la democracia, desarrolla en los jóvenes una conciencia política, favorece la práctica de la misma como ciencia e informa con imparcialidad. Y el 43 % de dicha programación da origen a la formación de antivalores políticos.

- Los programas de carácter educativo son mínimos en la radio y televisión.
- La radio y la televisión nacional no cumplen con lo estipulado en la Ley de los medios de comunicación colectiva.
- Los medios de comunicación, por ser de carácter privado, buscan solamente el interés económico, apartándose del aspecto formativo de la humanidad.

# **RECOMENDACIONES**

**Recomendaciones :** Frente a nuestro trabajo de investigación manifestada anteriormente, proponemos las siguientes sugerencias o recomendaciones, las mismas que están dirigidas a todas las personas inmersas en el proceso educativo.

- En lo que se refiere a la comunicación institucional, se recomienda a las autoridades del IPED " Ciudad de Cariamanga " tomar en cuenta y aplicar la Comunicación Circular, como la mejor alternativa para guiar el aprendizaje de los educandos y mejorar la calidad de la educación.
- Aprovechar el carácter informativo de la radio y televisión como mecanismo eficaz, pedagógico y formativo.
- Se recomienda a las autoridades educativas dotar e incrementar de medios audio-visuales a todos los centros educativos.
- Que las radios locales emitan programas variados y se de apertura a todos los grupos sociales.
- Que los canales de televisión nacional se preocupen de instalar, las respectivas antenas repetidoras, que

permitan lograr en nuestro sector fronterizo nitidez, calidad y sintonía de las programaciones diarias y evitar la sintonía de los canales de la televisión peruana.

- Dentro del aspecto cultural, se recomienda a los propietarios de los medios de comunicación masiva, autoridades educativas, incrementar en sus programas, temáticas de carácter cultural para que sean utilizados por maestros y alumnos en el desarrollo del proceso educativo.
- Que los canales de televisión nacional realicen una selección y adecuación de las programaciones : Telenovelas, seriales, musicales, comerciales, etc., que permitan incrementar los valores sociales y morales en los educandos y sociedad en general.
- Suprimir la publicidad escandalosa, suntuaria que fomenta el consumismo innecesario.
- Mantener e incrementar los programas de carácter religioso, para fomentar la Fe católica.
- Que el sistema de radio " Cariamanga " permita la participación de todas las ideologías políticas, que robustecen el sistema democrático de nuestro cantón,

provincia y país.

- Que la radio y televisión cumplan con lo establecido en la Ley de los medios de comunicación colectiva, especialmente en el aspecto de orden socio-cultural.
  
- Finalmente que la propuesta presentada al IPED " Ciudad de Cariamanga ", se la ejecute y se la replanifique en los años siguientes, tomando en cuenta las necesidades e intereses de los educandos, el sistema educativo y la tecnología actual.

# **BIBLIOGRAFÍA**

## BIBLIOGRAFÍA

### DE INVESTIGACIÓN :

1. ACHIG, S. Lucas. Metodología de la investigación social. Segunda Edición. IDIS. Universidad de Cuenca. 1988.
2. ANDER-EGG, Ezequiel. Técnicas de la investigación social. 21 Edición. Editorial Hvmánitas. Buenos Aires-Argentina. 1987.
3. AVENDAÑO B., Augusto. Presentación de tesis y monografías académicas. Loja. 1974.
4. FLORES O., Luis, CARRILLO, G.M. y otros. Elementos de metodología de investigación científica. Quito. 1980.
5. UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA. Proyectos de Plan de tesis. Instructivo. Loja-Ecuador. 1986.
6. ZUBIZARRETA, G. Armando F. La aventura del trabajo intelectual. Editorial Fondo Educativo Interamericano S.A. México D.F. 1982.

## DE TEORIZACION :

1. ARANGUREN L. José Luis. La comunicación humana. Biblioteca para el hombre actual. Segunda edición. Ediciones Guadarrama S.A. Madrid. 1975.
2. ARON Ana y SARQUIS Clemencia. Manejo de problemas conductuales en la sala de clases. Teleducación.
3. BARCOSS, J.C. La comunicación y el lenguaje humano. Editorial Losada. Barcelona. 1978.
4. BELMONTE, Marino. Información y comunicación en la sociedad actual. Editorial DOPESA. Barcelona. 1970.
5. BENNET, Millad y CORRIGAN, John D. Éxito en la comunicación y elocuencia efectiva. Segunda edición. Editorial Diana. México. 1976.
6. BERLO, David K. El proceso de la comunicación, introducción a la teoría y a la práctica. Editorial El Ateneo. Buenos Aires. 1974.
7. CARVAJAL, C. Nelson H. El medio Radiofónico en la comunicación social. Impreso en GRAFICOM. Quito-Ecuador. 1983.

8. CIVERA, José. Medios populares de comunicación. Editorial P.M. Barcelona. 1965.
9. DAGOBERT, Runes. Diccionario de Filosofía.
10. HALLO, Wilson. Síntesis histórica de la comunicación y el periodismo en el Ecuador. Fundación Hallo. Ediciones del Sol. Ecuador. 1992.
11. MALETZKAE, Gerhard. Psicología de la comunicación social.
12. MARTÍNEZ, Jesús M., MATTELART, Michele. Los medios de comunicación y el conformismo revoltoso de la canción popular. Editorial El pájaro Azul. Cuenca-Ecuador. 1977. Tomo II.
13. MORA, Alba Luz. La televisión en el Ecuador. Editorial MAUTA. Quito. 1982.
14. NODARSE, José J. Elementos de Sociología. 14 Edición. Editorial Minerva Books, LTD. New York- Estados Unidos de América.
15. PRIETO, C. Daniel. Diagnóstico de la comunicación. Primera edición. Editorial Belén. Quito-Ecuador. Tomo 10. Manuales didácticos CIESPAL.

16. RAMSAY, Jorge. La comunicación en la enseñanza superior.
17. REVISTA HOGAR. Editores nacionales S.A. Guayaquil-Ecuador. Enero de 1994.
18. REVISTA SER FAMILIA. Número 144. Enero de 1994.
19. REVISTA VISTAZO. Número 589. 12 de Marzo de 1992.
20. ROMERO, A. José Vicente. Las comunicaciones. Editorial Dosmil y Editorial Andes. Número 16. Biblioteca Cultural Popular. Muñoz Hnos. S.A. Quito-Ecuador. 1981.
21. WATZLAWICK Paúl, BEAVIN, Janet Helmick, DON D, Jackson. Teorías de la comunicación humana. Tercera edición. Editorial Tiempo contemporáneo. Argentina. 1971.
22. RECORTES PERIODÍSTICOS. Diarios Nacionales.

# **ANEXOS**

**UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA**  
**UNIVERSIDAD ABIERTA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACION**

**FICHA DE OBSERVACION**

MEDIOS DE COMUNICACION : .....  
CLASIFICACION DE LA PROGRAMACION : .....  
LUGAR : .....  
FECHA : .....  
HORA : .....

OBJETIVO :       Conocer la influencia de la Radio y la  
                  Televisión en la formación de valores en los  
                  educandos del Instituto Pedagógico " Ciudad  
                  de Cariamanga ".

DESCRIPCION DEL HECHO : .....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

INTERPRETACION O COMENTARIO : .....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Observador : .....

**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**  
**FACULTAD DE LAS CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**

**DATOS INFORMATIVOS :**

Encuestador : .....  
Encuestado : .....  
Institución : .....  
Curso : .....  
Lugar y fecha : .....

**TEMA :**

Influencia de la radio y la televisión en la formación de valores en los educandos del Instituto Pedagógico " Ciudad de Cariamanga ", de Cariamanga.

**OBJETIVO :**

Conocer la influencia de los medios de comunicación radio y televisión en la formación de valores en los educandos del Instituto Pedagógico " Ciudad de Cariamanga ".

**INSTRUCCIONES :**

Sírvase leer muy detenidamente el siguiente cuestionario y contestar en forma clara y concreta cada uno de los Items.

Le agradecemos su colaboración anticipadamente.

**CUESTIONARIO**

1. ASPECTOS BÁSICOS :

1.1. Los medios de comunicación radio y televisión son un factor básico de la sociedad, que tienen relación con todas las actividades del hombre.

SI ( )

NO ( )

¿ Por qué ?

.....  
.....  
.....  
.....

1.2. Señale con una X en el paréntesis, el medio de comunicación que más utiliza.

- La radio

( )



- La televisión ( )
- La prensa ( )

1.3. Señale con una X en el Paréntesis, la radio local que más sintoniza.

- Radio "Cariamanga" A.M. ( )
- Radio "Cariamanga" F.M. ( )
- Radio "Unión Calvense" ( )
- Radio "Ecuasur" ( )

1.4. Marque en el paréntesis con una X el canal de televisión que más sintoniza.

- TC Televisión ( )
- Teleamazonas ( )
- Gamavisión ( )
- Ecuavisa ( )
- Telesistema ( )

1.5. Por cual de los aspectos sintoniza los medios de comunicación. Señale con una X en el paréntesis.

- Para informarse ( )
- Para entretenerse ( )
- Para educarse ( )
- Para obtener noticias ( )

deportivas

( )

## 2. VALORES :

Escriba en el paréntesis (SI) o (NO) si la radio y la televisión cumple o no con las siguientes alternativas.

## 2.1. VALORES CULTURALES :

- Hace conocer el mundo en que vivimos ( )
- Hace conocer los grandes adelantos científicos ( )
- Propicia el adelanto cultural ( )
- Rescata la cultura nacional ( )
- Impone nuevas tendencias culturales ( )

## 2.2. VALORES SOCIALES :

- Ayuda a desarrollar el medio social ( )
- Desarrolla la solidaridad ( )
- Promueve el consumo de alcohol, cigarrillo y drogas ( )
- Fomenta el racismo ( )
- Aliena al público imponiendo costumbres ( )
- Aliena a los jóvenes imponiendo dialecto ( )
- Aliena al público imponiendo estereotipos

- extraños ( )
- Da origen a la delincuencia y crímenes ( )
- Ayuda al desarrollo y formación de pandillas juveniles ( )

### 2.3. VALORES MORALES :

- Destaca los valores humanos ( )
- Ayuda a desarrollar los valores morales en las personas ( )
- Sirven todos los programas de ejemplo para los jóvenes ( )
- Utiliza a la mujer con fines publicitarios ( )
- Utiliza a la mujer como un símbolo sexual ( )
- Transmite películas y novelas adecuadas para todo el público ( )

### 2.4. VALORES ECONÓMICOS :

- Permite conocer la actualidad económica del país ( )
- Nos permite mejorar nuestra economía ( )
- Facilita el ahorro de los recursos económicos ( )
- Desarrolla campañas de economía ( )

- Permite conocer y aprovechar nuestra producción ( )
- Induce al uso adecuado del dinero ( )
- Induce al consumo de productos que se dan en los comerciales ( )

#### 2.5. VALORES RELIGIOSOS :

- Ayuda a la formación de valores religiosos ( )
- Las radios locales promueven la religión católica ( )
- Fomenta la proliferación de sectas religiosas en nuestro país ( )
- La televisión presenta programas de diferentes sectas religiosas ( )
- Permite a los jóvenes desarrollarse dentro de sus propias creencias ( )

#### 2.6. VALORES POLÍTICOS :

- Fomenta el deber y derecho de elegir y ser elegido ( )
- Fortalece la democracia ( )
- Desarrolla en los jóvenes una conciencia política ( )

- La radio y la televisión influyen por determinado partido político ( )
- Favorece la práctica de la política como ciencia ( )
- Informa con imparcialidad los actos políticos ( )
- Ayuda a la proliferación de partidos políticos ( )

**GRACIAS**