

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARACAS VENEZUELA**

PROYECTO FINAL DE CARRERA

**“ESTRUCTURACION DE UN ESPACIO DESTINADO A TEMAS
RELACIONADOS CON LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO EN
EL MARCO DEL PROGRAMA RADIAL “BRÚJULA INTERNACIONAL
PARLAMENTARIA”**

Autoras: Noris Argotte,
Daniela Ruggiero

Tutora: Profesora. Adriana Pulido

Caracas, Mayo de 2010

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARACAS VENEZUELA**

PROYECTO FINAL DE CARRERA

**“ESTRUCTURACION DE UN ESPACIO DESTINADO A TEMAS
RELACIONADOS CON LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO EN
EL MARCO DEL PROGRAMA RADIAL “BRÚJULA INTERNACIONAL
PARLAMENTARIA”**,

TUTORES Y ASESORES

Tutora: Adriana Pulido, profesora de Relaciones Internacionales de la Universidad Monteávila

Asesores Metodológicos: Doctor Francisco Soto.

Asesores Académicos:
Prof. Adriana Pulido

Caracas, Mayo de 2010

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Monteávila, que nos enseñó el valor de la responsabilidad, la constancia y el trabajo.

A nuestros padres y familia, porque sin ellos nada de esto sería posible.

A nuestra tutora, Prof. Adriana Pulido, porque siempre tuvo la disposición y agrado de ayudarnos en todo momento, con una palabra amable y un consejo oportuno.

A nuestro asesor Dr. Francisco Soto, por su ayuda incondicional en cada paso de este proyecto.

DEDICATORIA

A mis padres Jorge y Noris porque me acompañaron siempre en estos cinco años de carrera, en cada logro, cada lagrima, y en cada esfuerzo. A mis padres Regulo y Noris porque me dieron la vida. A mi Tío Dr. Francisco Soto porque siempre ha tenido fe y confianza ciega en mi, y una palabra y consejo oportuno para cada ocasión. A mis Tíos y Hermana, porque son parte fundamental de la persona que soy.

Noris Argotte

A mis padres, porque cada día que pasa me doy cuenta, de que la educación es el mejor regalo y herencia que se le puede dar a un hijo. Y a mi hermana, por su apoyo incondicional.

Daniela Ruggiero

A Dios porque es la fuerza que nos mueve y que nos hace ser fuertes cuando creemos que ya no podemos dar más. A la Universidad Monteávila por ser la Casa de Estudio que nos acogió y nos enseñó el camino correcto para ser unas profesionales de éxito laboral y ético.

EPIGRAFE

*“La verdadera comunicación es aquella que
se recrea día a día,
que se acerca, motiva, compromete y
moviliza a la gente,
que permite creer en las personas y
crear un futuro para todos”.*

Vladimir Sedano

ÍNDICE

	Pág.
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
EPÍGRAFE	
LISTA DE CUADROS Y GRÁFICOS	
RESUMEN.....	1
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPITULO I	
EL PROBLEMA.....	5
Objetivos de la investigación.....	10
Objetivos General	
Objetivos Específico	
Relación con el pensum académico.....	11
Justificación de la Investigación.....	12
CAPITULO II	
MARCO TEÓRICO.....	14
Antecedentes de la investigación.....	14
Bases Teóricas.....	17
Bases Legales.....	37
CAPITULO III	
MARCO METODOLÓGICO.....	39
Tipo y modalidad de la Investigación.....	39
Área de Investigación.....	40
Población y muestra.....	42
Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	43
Validez y Confiabilidad.....	44
Técnicas de análisis de los resultados.....	46
Fases de Investigación.....	46
CAPITULO IV	
DIANOSTICO QUE SUSTENTA LA PROPUESTA	
Análisis de resultados.....	47

Conclusiones.....	67
-------------------	----

CAPITULO V

LA PROPUESTA.....	69
Presentación de la propuesta.....	69
Justificación de la propuesta.....	70
Fundamentación de la propuesta.....	71
Estructura de la propuesta.....	72

MATERIALES DE REFERENCIA.....	78
--------------------------------------	-----------

ANEXOS

ANEXO A.....	82
ANEXO B.....	89
ANEXO C.....	91
ANEXO D.....	92

LISTA DE CUADROS Y GRÁFICOS

Cuadro	Pág.
1 Operacionalización de las variables.....	41
2 De estos medios de comunicación cual considera que abarca mas población.....	48
3 De estos medios de comunicación cual considera que acapara mas la atención de los usuarios	49
4 Con que frecuencia escucha la radio.....	50
5 En que momento del día escucha la radio.....	51
6 El público mas atento a los programas radiales son.....	52
7 Considera que los programas de radio fundamentalmente deben estar dirigido a los.....	53
8 Considera interesante un programa radial con contenido de.....	54
9 Los programas de radio que captan mayor cantidad de oyentes son de corte.....	55
10 Considera que la radio capta un número significativo de oyentes.....	56
11 Consideras de mucha importancia la inclusión en la radio de Programas con temas variados.....	57
12 Los programas actuales de radio cubren sus aspiraciones como radio escucha.....	58
13 Considera usted que el éxito de programa de radio depende del moderador o locutor.....	59
14 Considera usted que el éxito de programa de radio depende del Contenido del mismo.....	60
15 Considera que el contenido de los programas de radio influyen el comportamiento de los oyentes.....	61
16 Considera que el contenido de los programas de radio influyen en la opinión de los oyentes.....	63

17	Un programa radial especializado en difundir y promover Información es necesario para elevar la visión del mundo?.....	64
18	Los actuales recursos comunicacionales que posee la radio Satisfacen las necesidad de difundir y promover los diversos Eventos, aportes, logros, entre otros.....	65
19	Considera que la radio es un medio de comunicación para el desarrollo de las masas.....	66

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARACAS VENEZUELA

**ESTRUCTURACION DE UN ESPACIO DESTINADO A TEMAS
RELACIONADOS CON LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO EN
EL MARCO DEL PROGRAMA RADIAL “BRÚJULA INTERNACIONAL
PARLAMENTARIA”**

Autora: Noris Argotte,
Autora: Daniela Ruggiero
Tutora: Adriana Pulido
Año: 2010

RESUMEN

Compartir ideas e información es parte de un proceso de comunicación que constituye una parte considerable de la labor que realiza el que lo emite. De allí que el propósito de la investigación fue Proponer la estructuración de un espacio destinado a temas relacionados con la comunicación para el desarrollo en el marco del programa radial “Brújula Internacional Parlamentaria. Se justifica este estudio por cuanto existe una carencia de programas dentro de los medio se comunicación en el país, que toquen temas que impulsen el desarrollo y la formación tanto ciudadana como ética de la sociedad. A nivel internacional existe un consenso mundial; **La Declaración de Naciones Unidas sobre las metas del Milenio**, donde se identificaron ciertos problemas que suponen un obstáculo para el desarrollo de buena parte de la comunidad internacional, donde se engloban temas como: violaciones a los derechos humanos, la violencia domestica y contra la mujer, crímenes de guerra, terrorismo, narcotráfico, la erradicación de la pobreza y la hambruna, erradicación del analfabetismo, educación de calidad, erradicación de enfermedades contagiosas como VIH, malaria, tuberculosis entre otros, ecología y cuidado del medio ambiente etc. Todos ellos, son tópicos que muy escasamente se abordan a profundidad y con un análisis oportuno dentro de los medios. En cuanto a la metodología, el estudio fue realizado bajo la modalidad de proyecto factible, sustentado en una investigación de campo de carácter descriptivo, con apoyo documental. La muestra estuvo constituida por 40 sujetos. Como técnica de recolección de la información se utilizó la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los resultados obtenidos reflejan la importancia de crear programas radiales con diversidad de temas, pensando en todo público y

utilizando el horario matinal. Por lo que se recomienda la puesta en marcha del programa radial con cuatro negros y tres cortes comerciales.

PALABRAS CLAVES: Comunicación, Comunicación para el desarrollo, Programa Radial, Radioescucha.

INTRODUCCION

La comunicación constituye un eje fundamental en los procesos de desarrollo, sobre todo si están orientados a la construcción de sociedades sustentables donde la preservación de los diversos valores sociales, tecnológicos, naturales y culturales será una condición esencial para su propia vigencia.

No se trata simplemente de producir o gestionar uno u otro medio comunicativo con contenidos diferentes a los usuales, sino de generar relaciones y espacios humanos de comunicación productiva, en los cuales se garantice las posibilidades de diálogo, tolerancia, horizontalidad, intercambio recíproco de saberes y conocimientos, así como la realización plena y equitativa de todos los actores involucrados en dichos procesos.

De hecho, los fundamentos de la comunicación para el desarrollo, se puede resumir en los siguientes Crear valor social con contenidos locales y con apuestas tecnológicas globales, pero teniendo como sentido principal el logro del bienestar común, respetando las diferencias y aprovechando las similitudes. Para la puesta en práctica de este enfoque, es que cobran importancia los diferentes medios y manifestaciones tecnológicas, cada día más al alcance del conjunto de la sociedad, siempre y cuando su uso y aplicación no se manifieste en prácticas que lesionen las particularidades comunitarias y expresiones socioculturales.

Desde esta perspectiva, la presente investigación tiene como propósito fundamental proponer la estructuración de un espacio destinado a temas relacionados con la comunicación para el desarrollo en el marco del programa radial “Brújula Internacional Parlamentaria, en donde se pretende formalizar una estrategia sostenible de comunicación orientada a contribuir en la búsqueda de soluciones vinculadas a la superación de problemas endémicos del país y a la necesidad de

lograr la transformación progresiva que consolidará el desarrollo de la sociedad venezolana, que no sólo promueva procesos de comunicación productiva para el fortalecimiento de los principios sociales, sino también el entretenimiento y la información de una forma objetiva y plural.

Es de hacer notar que la importancia de este trabajo, descansa en la intención de fomentar la fundación de sistemas de participación y diálogo social, sumándose a los ya nuevos espacios de organización social que las comunidades, en forma lenta pero segura, están creando por iniciativa propia.

Para una mejor comprensión de los contenidos la investigación se estructuró como se indica a continuación:

Capítulo I: El Problema donde se hizo el planteamiento del mismo; la justificación de la investigación; los objetivos (general y específico); el alcance.

Capítulo II: Marco teórico en el que se abordaron los antecedentes de la investigación, las bases teóricas utilizadas y legales.

Capítulo III: Marco metodológico el cual comprendió el tipo de la investigación, el área, la población y la muestra; las técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Asimismo, el capítulo IV: Donde se incluyó el análisis de los resultados, mediante cuadros y gráficos que ayudaron a analizar el problema objeto de estudio.

Por último, el capítulo V, el cual contiene la propuesta, en éste se justifica y fundamenta la propuesta.

Por último, el capítulo VI, donde se presentan las recomendaciones.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los medios de comunicación tienen una historia reciente que nace a partir de la era industrial, cuyos antecedentes asociados a la consolidación de los sistemas de comunicación fueron el descubrimiento de la electricidad, la invención del telégrafo, la reproducción de sonidos, el teléfono, la cámara fotográfica y el cinematógrafo, todos ellos, precedentes de los instrumentos de difusión masiva como la radio, la televisión, la prensa escrita y recientemente la Internet.

Por tanto, la presencia de los ya mencionados medios de comunicación en la sociedad es un hecho indiscutible, cuestión que ha traído como resultado su incorporación en las relaciones de las sociedades humanas. Por tanto, los medios de comunicación social son componentes de la vida cotidiana de los individuos y actualmente se han integrado completamente en la interacción social humana, a tal punto de crear la puesta en escena de su realidad.

En ese mismo orden de ideas, cabe referir que en la actualidad, los medios de comunicación están presentes en todo hecho que involucre un aspecto importante de la vida del ser humano, y es así como puede observarse por ejemplo que tanto la prensa como la televisión y la radio, siguen el acontecer diario, y específicamente existe una variedad de programas de radio que destinan su espacio a analizar aquellos temas que componen el panorama internacional actual, que ocupan a la diplomacia y la manera en la que el mundo está conformado políticamente.

Evidentemente, la mayoría de estos espacios se enfocan en aquellas noticias que significan sucesos de relevancia para los medios de comunicación en general. Sin embargo, pocos de ellos se dirigen a aquellos temas que no entran dentro del plano de la cotidianidad noticiosa, pero que no por esa razón, dejan de tener importancia, pues son de especial interés, abordarlos y analizarlos.

Estos temas son, entre otros, los Derechos Humanos, la Diplomacia, la ecología y el fenómeno del calentamiento global, la escasez del agua, el hambre en el tercer mundo, la crisis nuclear, el fenómeno de los conflictos armados, la infancia, por citar algunos comunes a todos los habitantes del planeta.

Ahora bien, en el campo de la comunicación social, estos temas se estudian y están comprendidos dentro de la rama de estudios conocida como Comunicación para el Desarrollo; ya que los conocimientos y la información resultan esenciales para que las personas respondan con éxito a las oportunidades y a los desafíos de los cambios sociales, económicos y tecnológicos, políticos, geográficos entre otros. En esencia, ello resalta la noción de que los medios de comunicación masivos tienen la capacidad de crear una atmósfera favorable al cambio, considerándose elementos indispensables para la modernización de las sociedades.

En efecto, como lo indica Carlos Delgado Flores, “la Comunicación para el Desarrollo es un área de la comunicación que ha surgido a causa del fenómeno de la Globalización, los diálogos interculturales y todos aquellos elementos que ha traído consigo nuestro ‘tercer siglo’; es decir, la Modernidad en el plano de la cotidianidad donde se fundan las prácticas sociales y el desarrollo en democracia, dando sentido a la vida de los hombres y mujeres de Latinoamérica y el mundo, a pesar de los riesgos

que supone tomar algunas posiciones, tanto para la realización del debate como para su efectividad política”.¹

Del mismo modo, bueno es acotar, que la Comunicación para el Desarrollo, como su nombre lo expresa, está dirigida fundamentalmente al desarrollo integral del ser humano, brindándole una perspectiva real y clara del mundo, y de las distintas situaciones que rodean al individuo, como integrante de la gran comunidad mundial.

En el contexto referido con antelación, el objetivo fundamental de este proyecto de investigación de grado, consiste en lograr que a través del programa de radio “Brújula Internacional Parlamentaria”, se de cabida a la comunicación para el desarrollo, destacando su importancia dentro de la Modernidad y la nueva Aldea Global.

Beltrán Luís, mencionado por Calandria (2005), define la comunicación del desarrollo como:

Noción de que los medios masivos de comunicación tienen la capacidad de crear una atmósfera pública favorable al cambio, la que se considera indispensable para la modernización de sociedades tradicionales por medio del progreso tecnológico y el crecimiento económico en el contexto de la modernización o conjunto de transformaciones que produce el desarrollo industrial, y a los cuales los países subdesarrollados tendrían que acceder superando linealmente sucesivas fases para salir de su estado tradicional o arcaico, mediante su asimilación o adaptación a un orden de crecimiento económico e integración nacional, moderno (p. 9)

. De lo anterior se desprende que la comunicación, en ese sentido, es un eslabón dentro del proceso de evolución de una sociedad, donde se convierte en un

elemento coadyuvante de progreso, La comunicación para el desarrollo vendría siendo un aporte al ejercicio de fortalecimiento de la ciudadanía de los sujetos y grupos y una educación para la democracia.

Es así como dar a conocer esta rama de la comunicación que se encuentra enmarcada dentro del fenómeno del “Mass Media”. La importancia de este proyecto radica básicamente en que no se trata de desarrollar un programa más de noticias internacionales, sino de un espacio que brinde al oyente un análisis profundo y conciente de la información que muestran la otra cara de la noticia. especialmente cuando esta refleja una sociedad en la que hay carencias derivadas de su falta de progreso comparativo con otras sociedades avanzadas y ese análisis ofrezca la posibilidad de visualizar algún camino que permita superarlas.

En consecuencia surgen las interrogantes siguientes:

1. ¿Cuál es el significado e importancia de la comunicación para el desarrollo, cómo funciona dentro de la comunicación de masas, y cómo funciona en Latinoamérica, específicamente en Caracas, Venezuela?
2. ¿Cuáles son las características generales del Programa Brújula internacional Parlamentaria y su relación con la comunicación para el desarrollo?
3. ¿Cómo organizar y estructurar dentro del espacio del programa radial “Brújula Internacional Parlamentaria” los temas relacionados con la Comunicación para el Desarrollo tales como: Derechos Humanos, Ecología, Terrorismo, Hambruna Mundial, Infancia, Salud, Guerras,

Organizaciones No gubernamentales e intergubernamentales y su papel dentro del logro de los objetivos del desarrollo?

De forma tal que el trabajo proyectado se desarrollará a través de los objetivos siguientes.

OBJETIVOS

Objetivo General:

Proponer la estructuración de un espacio destinado a temas relacionados con la comunicación para el desarrollo en el marco del programa radial “Brújula Internacional Parlamentaria.

Objetivos Específicos:

Realizar una investigación de los conceptos de la comunicación para el desarrollo, y su influencia dentro del fenómeno de la Comunicación de Masas en Caracas.

Describir las características del programa “Brújula Internacional” y su relación con la rama de la Comunicación para el Desarrollo.

Diseñar los lineamientos técnicos, teóricos, operativos y de contenido para estructurar a partir de un programa de radio ya existente “Brújula Internacional Parlamentaria”, un espacio destinado a la Comunicación para el Desarrollo.

RELACIÓN CON EL PÉNSUM ACADÉMICO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACION

El presente trabajo de investigación, supone una oportunidad ideal para desarrollar y poner en práctica algunas de las asignaturas que hemos visto a lo largo de la Carrera de Comunicación Social.

En consecuencia este proyecto de grado se puede relacionar con las siguientes materias:

Teoría de la Comunicación, pues en ella comprendimos los diferentes conceptos que abarcan a la comunicación social, sus ramas, y su significado en el mundo actual.

Teoría y práctica de la Radio, pues en ella aprendimos como funciona la Radio en el mundo y en Venezuela, su significado como fenómeno comunicacional y cómo llevar a cabo con éxito un programa radial.

Relaciones Internacionales, porque como se planteó en los objetivos del proyecto, la meta es estructurar un espacio de análisis internacional a profundidad. Por tanto la materia de Relaciones Internacionales será de gran ayuda para poder formar un criterio claro a la hora de razonar los temas planteados en el programa de Radio.

JUSTIFICACION

Se justifica un trabajo como el propuesto, por la necesidad que existe en la actualidad de contar con espacios radiales, que abarquen temas que son medulares para alcanzar el desarrollo de los pueblos y sobre los que ya existe un grado de conciencia internacional y para los ciudadanos en general, con el tratamiento exhaustivo y profundo de los mismos, contando para ello con las herramientas que permiten su tratamiento profesional e idóneo, teniendo como propósito acceder a la mayor cantidad de personas posibles, utilizando la proyección de la radio como medio de comunicación de masas.

Evidentemente, la iniciativa de incluir temas relacionados con la comunicación para el desarrollo en el marco de un programa radial contribuye al rescate de la difusión, promoción y cobertura de temas relacionados con : Derechos Humanos, Ecología, Terrorismo, Armas Nucleares, Hambruna Mundial, Infancia, Salud, Guerras y Crímenes de guerra , Organizaciones No gubernamentales y gubernamentales, Diplomacia y Relaciones diplomáticas entre países, que ha de fomentar el interés de los venezolanos por escuchar, para poder hablar a otros; rescatar valores como la tolerancia en la pluralidad; agudizar la capacidad de comprender a quienes son diferentes escuchando sus mensajes, porque pueden aportarnos conocimientos acerca de la vida y del desarrollo; Formar parte de lo que llamamos hoy en día la **Aldea Global** expresar opinión desde los problemas vividos, testimonios de los actores de los procesos sociales. Son los aprendizajes que pueden realizarse en la relación entre medios, mensajes y públicos.

De este modo, es pertinente resaltar, el hecho que este tipo de trabajo viene a llenar un vacío dentro del área de la comunicación, siendo que este proceso correctamente implementado es una herramienta vital para contribuir a crear conciencia ciudadana que permita alcanzar metas, fortalecer la democracia e

incrementar el respeto a los derechos humanos. El proceso de desarrollo mejora cuando más gente participa y la información se fortalece entre todos los actores.

Dentro del análisis planteado, se pretende incorporar un aspecto innovador, que es el estudio de la implementación de un espacio para la comunicación para el Desarrollo, lo que serviría de modelo, para implementar esta idea en diferentes espacios radiales público convirtiendo la información y la comunicación en una fuerza y un recurso vital.

Por las razones anteriormente expuestas, se puede decir que esta investigación constituye un aporte y un material de apoyo para los profesionales del área, y para quienes pretendan realizar nuevas estudios relacionados con el tema.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la investigación

Compartir ideas e información es parte de un proceso de comunicación que constituye una parte considerable de la labor que realiza el que lo emite. Los antecedentes que se citarán a continuación lo cual permite revelar las preocupaciones existentes y reflejadas en estudios realizados por mejorar y buscar alternativas en la manera de comunicar a las masas.

González, A y Loreto, A. (2005), en su trabajo **Lineamientos Básicos para el Diseño de un impreso Turístico Informativo para Avenza**. Presentado en la Universidad Católica Andrés Bello, la cual tiene como objetivo primordial buscar una solución viable para el mejoramiento de la empresa, propusieron proyectar la imagen institucional de la misma, utilizando para ello el trabajo de campo.

Este proyecto arrojo como conclusión que el diseño y creación de un impreso turístico informativo debe responder a la necesidad de la organización de proyectar la imagen institucional y corporativa de la empresa a sus diferentes públicos, sin obviar el requerimiento promocional.

Debe señalarse que lo antes expuesto sirvió de referencia para el desarrollo de este estudio, ya que evidencia que un medio de información contribuye a difundir datos de interés dando a conocer hechos o situaciones para llamar la atención o capturar posibles usuarios.

Por otra parte, Alfaro, L. (2006), desarrolló la **Propuesta de una revista informativa para el museo de béisbol del Centro Sambil de la ciudad de**

Valencia. Trabajo de Grado presentado en la Universidad Bicentennial de Aragua. Propuesta diseñada para resolver un problema de carácter comunicacional que tiene la institución con los visitantes y fanáticos. Estuvo basada bajo la modalidad de proyecto factible, apoyada en un estudio de campo, documental y descriptivo.

Asimismo, la investigación permitió determinar la necesidad que tienen los miembros de la Junta Directiva del Museo de implementar una revista para informar a su público sobre las futuras actividades que realizarán. Esta investigación se relacionó con el presente estudio, ya que permite presentar la revista como medio de comunicación para cubrir las necesidades informativas de dicha organización. Asimismo, resaltar la importancia de los medios de comunicación como hecho informativo, e implementar un medio de captación de mayor número de personas.

De igual forma, Rojas, M (2006), presenta la **Propuesta comunicacional de un programa deportivo para la empresa televisiva “Orbivisión TV.”** Trabajo especial de grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social en la Universidad Bicentennial de Aragua. Investigación desarrollada bajo la modalidad de proyecto factible, basado en una investigación de campo de tipo descriptivo. El estudio se realizó con la finalidad de crear un programa que promocioe y difunda los deportes extremos en Venezuela debido a la carencia que existe, en este aspecto lo cual es importante para los televidentes que buscan y desean practicar aventuras deportivas que los impulsen al desarrollo de actitudes y aptitudes cónsonas con sus necesidades.

Ahora bien, la investigación tiene relación con el presente estudio, ya que se pretende realizar una revista deportiva que además muestre la importancia y dinamismo del tenis en el Estado Aragua donde el lector espera algo innovador en el mundo del tenis.

Por otra parte, El Sindicato de trabajadores de la Radiodifusión (1970) de México en su proyecto “Los **Trabajadores de la Radiodifusión y el avance de los medios masivos de comunicación**” Señala el progreso que han alcanzado en este país la radio y la televisión como medios de comunicación masiva y la posibilidad de utilizarlos en el campo de la educación y la difusión cultural. Este proyecto arroja como conclusión, que para 1970 la Radio y la televisión mexicanas desarrollaron no solo su labor informativa, sino también la de orientar, distraer, persuadir y educar. Siendo empleadas en la educación, especialmente en la instrucción con resultados limitados tanto en el campo de la alfabetización, como en el campo de la instrucción moral.

La relación de esta investigación con la presente, radicó esencialmente en el hecho de que los medios de comunicación representan una herramienta poderosa que influye en la educación y en la cultura del hombre contemporáneo, es decir además de cumplir la labor informativa que les es propia, también son vehículo para el desarrollo y el enriquecimiento de la sociedad.

Bases Teóricas

Todo trabajo requiere de una sustentación teórica, por ello a continuación se presentara las bases que refuerza la investigación.

Comunicación

Innumerables son los conceptos que sobre comunicación se ha planteado a lo largo de la historia de la humanidad. Sin embargo, algo resaltante que hay que considerar es el hecho de que ésta, es un proceso, un intercambio simétrico, intervienen al menos dos elementos emisor (E) y receptor (R), a veces utiliza canales artificiales denominados medios de comunicación, aunque en ocasiones- por ejemplo el cara a cara- requiere sólo de un canal natural.

En efecto, la comunicación es la acción –y el efecto que produce –mediante la cual se hace participar a un individuo o a un organismo de las experiencias y estímulos que surgen del entorno del otro individuo o de otro sistema, utilizando los elementos que tienen en común. En otros términos, se trata de la transmisión y percepción de un mensaje entre un emisor y un receptor, mediante un código que ambos conocen. Dragnic (1994), (p. 56.)

Información

Como se dijo antes información, tiene que ver con el contenido de la comunicación. En un sentido más general se refiere a datos, acontecimientos, conocimientos primarios y noticias que son transmitidos en el interior de un grupo social determinado. (Dragnic. Op. Cit). (p. 139).

Lo anteriormente planteado, hace entender la idea de Terrou (1969), cuando afirma que la información debe permitir interpretar, explicar y hasta presentar aceptablemente la puesta de datos cuando circulan vía comunicación. (p. 13).

Dentro de esta perspectiva, cabe señalar la definición de Durandin (1993), “transmisión de un conocimiento a otra persona” (p. 27)

Resulta claro, que el término información es muy significativo dentro de la presente investigación, ya que se debe conocer y comprender la razón, el objetivo y la estructura de la misma para posteriormente identificarla con el contenido de una revista deportiva como el que se pretende proponer y desarrollar a través de esta investigación. Ya que como características de la mencionada revista, resaltan la cualidad de interpretar, explicar y transmitir conocimiento al individuo y que este mismo la devuelva de igual forma.

Comunicación e Información

Durante muchos siglos los hombres se comunicaban a través de medios sencillos y directos, y no fue si no hasta el primer siglo de la era cristiana cuando se comenzó a utilizar el papel como medio de comunicación, para posteriormente nacer la técnica de la imprenta.

A partir de allí, el ser humano ha sufrido cambios favorables en la manera de transmitir sus mensajes, ha mejorado su capacidad de recibir y enviar información para con sus semejantes, ha logrado que la comunicación sea un proceso vital para la sociedad, y es a través de ella que el mundo entero se ha unificado, gracias al proceso de comunicación emisor-receptor.

Desde esta perspectiva Pasquali (1990), señala que “la comunicación es la relación comunitaria humana consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total atención, determinante de la forma que asume la sociabilidad del hombre” (p. 51).

Entre tanto Paoli (1999), refiere que es el “acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado” (p. 11). Sobre estas bases se evidencia que la comunicación es determinante para el ser humano, ya que es un factor común donde se extraen ideas y fortalece el sentimiento de pertenencia a una misma comunidad, mediante el intercambio de mensajes, el que hace individual y colectivo que abarca el intercambio de ideas, hechos y datos, es decir, que no es únicamente el intercambio de noticias y mensajes.

Asimismo, también cuenta el hecho de emitir información, y que según Pasquali (ob. Cit),. “Es el envío de mensajes sin posibilidad de retorno no mecánico entre un polo T y un polo R periférico y puramente aferente” (p. 53).

Por otra parte, Paoli (ob. Cit), señala por información como el conjunto de mecanismos que permiten al individuo retornar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de modo que le sirvan como guía de su acción (p. 15).

El comunicar es impartir ideas e información, esto constituye un elemento importante en la labor que desempeña el que lo emite, ya que de alguna manera influye en las decisiones de los tenistas, padres, aficionados, entrenadores y a que las asociaciones se comuniquen entre sí.

Por ello la importancia de la comunicación dentro del ámbito deportivo, porque es básico a nivel de funciones, para un desarrollo integral del hombre, el cual es el punto central de la acción y quien a su vez es el ente encargado de contribuir para el proceso de una nación.

Comunicación de desarrollo

La comunicación de desarrollo es, en esencia, la noción de que los medios masivos tienen la capacidad de crear una atmósfera pública favorable al cambio, la que se considera indispensable para la modernización de sociedades tradicionales por medio del progreso tecnológico y el crecimiento económico.

La [Comunicación](#) para el desarrollo posee varios enfoques de trabajo entre ellos se encuentra el actual enfoque de la comunicación para el cambio social que es aplicable al cambio de conducta en salud para generar estilos de vida saludables en la población. Cabe mencionar que la comunicación para el desarrollo y en todas sus subdisciplinas utiliza y concibe a la comunicación como un proceso y no solo como una visión instrumentalista del proceso de la comunicación con todas sus particularidades.

La Comunicación para el desarrollo” remite a un conjunto de prácticas y conceptos complejos de crecimiento desigual, en constante cambio como la realidad misma y las miradas desde donde se aborda. Surgida en una determinada época y contexto, las transformaciones políticas, sociales, económicas, culturales y teóricas fueron definiendo y redefiniendo los conceptos de “desarrollo” y “comunicación”. Penetrada y moldeada por la irrupción, crecimiento y naturalización de los propios medios de comunicación, generó numerosas prácticas y acciones comunicativas individuales, grupales, a nivel micro y macro.

La Comunicación para el Desarrollo, puede definirse como un proceso que identifica y resuelve conflictos, que involucra directamente a las personas para mejorar su calidad de vida dentro de un planteamiento de justicia social. Desde esta perspectiva, la Comunicación para el Desarrollo es un campo que identifica aquellos escenarios caracterizados por distintas violencias como la exclusión, las profundas desigualdades económicas, la pobreza y el desarrollo ambiental, y de otro lado, las alternativas que los sectores populares han ido creando con el objetivo de contestar resistir y promover otras formas de desarrollo, a partir de sus necesidades de subsistencia, afecto, entendimiento y participación.

Begoña Ballesteros (2005), dice que la Comunicación para el Desarrollo es: “El recurso a una concepción comunicativa horizontal y participativa que impregne y atraviese transversalmente un proceso de desarrollo independientemente de que se usen o no herramientas, tecnologías y medios de comunicación durante el mismo”. (p.7)

Comunicación es la construcción de significados compartidos entre sujetos o actores, a través del intercambio de mensajes y acciones, en un entorno en común que los cobija. Comunicación para el Desarrollo son aquellos intercambios cuyo propósito es potenciar los procesos de desarrollo, el logro de sus objetivos y la significación social y colectiva de éstos.

En sus orígenes, el concepto de Comunicación para el Desarrollo se acuñó tempranamente en los años sesenta, para significar los procesos de transferencia tecnológica en las aldeas rurales y potenciarlos con el aporte de la comunicación masiva y/o de las relaciones interpersonales. Es decir, la C&D se ubica en el paradigma de cambio “De la sociedad tradicional a la moderna.”

Con posterioridad, se lo utilizó para nombrar en particular las campañas educativas y de difusión informativa, destinadas a elevar los niveles de salubridad e instrucción escolar básica en la población urbana y rural, entre otras materias de interés.

Durante la década de los setenta y ochenta, el concepto cayó en descrédito por su alta connotación de servir los propósitos del poder capitalista y transnacional, así como por la fuerte ofensiva en desmantelar los monopolios de comunicación pública y entregar a los medios (empresas) la responsabilidad de su autorregulación.

La dualidad tradición versus modernidad fue cuestionada por actores académicos y profesionales. Mayor notoriedad pública adquirirían los últimos esfuerzos por instaurar políticas nacionales de comunicación –al alero del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación – Nomic-, que regularían desde los Estados los mercados de intercambios de mensajes y promoverían los proyectos nacionales a favor del desarrollo. Asimismo, cobraron presencia las teorías críticas de la comunicación masiva y los procesos de educación social de base y de concientización social, denominados éstos últimos: educación popular.

En los años noventa se instalan los nuevos conceptos que permitirán renovar la C&D y resituarla en los nuevos escenarios socioeconómicos, culturales y políticos de la época, para comprender y orientar proyectos de comunicaciones que incorporen a los medios masivos, pero no se agoten en ellos. En América Latina, Jesús Martín Barbero (Barbero, 1987) y otros académicos, reivindican el rol *mediador* de la comunicación social, así como el carácter *activo* de las audiencias y, en general, reivindican el alto grado simbólico de los procesos comunicacionales y de los mercados populares. Se valorizan procesos antes desechados por alienantes y/o comerciales, como las telenovelas, las fiestas, los conciertos de rock, entre tantas

otras manifestaciones socio culturales. Desde Estados Unidos nos iluminan las elaboraciones teóricas y prácticas del interaccionismo simbólico. Y en Europa, toman cuerpo las investigaciones acerca de la interculturalidad y el constructivismo.

Es a partir de estos conceptos, que los comunicadores para el desarrollo se desprenden progresivamente del pasado difusionista e instrumental de la comunicación y se la juegan ahora por promover la comunicación como una dimensión más, constitutiva, de los procesos de desarrollo.

El cambio de Milenio llama a reconocer los nuevos espacios y lenguajes comunicacionales que pueden ponerse al servicio del mejoramiento de la calidad de vida de las personas, en particular las tecnologías interactivas, con sus potencialidades de un lado y su acentuación de brechas en materia de conocimientos y oportunidades, por el otro.

El escenario de la globalización, como quedó de manifiesto más arriba, combina la concentración y centralización del poder de comunicar –especialmente en torno de los medios industriales-, con la segmentación, descentralización y aumento de los espacios disponibles para el intercambio y el diálogo –especialmente en torno de medios más interactivos, comunitarios, de la sociedad civil y de políticas públicas de nuevo tipo.

Medios de Comunicación Social

Al hablar de medios de comunicación se hace referencia a todos aquellos medios dedicados al envío de información así como la prensa, la televisión, la radio y el cine, los cuales han constituido el crecimiento y desarrollo de la sociedad, y que según Sullivan (1.992) “son nuevos instrumentos e instituciones de producción y

distribución de mensajes que han proporcionado nuevos métodos para llegar a la población” (p. 66).

Basándose en esta premisa, a pesar de los avances tecnológicos que dan a la radio, la televisión y los medios impresos que dan la posibilidad de rapidez y de presencia universal de imágenes. Es así como la prensa sigue siendo el medio de información por excelencia y contrariamente a las apreciaciones que se hicieron cada vez que naciera un tipo de medio, estos no se desplazan sino que se complementan. Cada medio de comunicación nace para responder a una serie de exigencias de carácter económico, político, social y cultural, y su difusión ha alcanzado medidas amplias en el campo de la información.

La radiodifusión es un medio de comunicación especialmente útil para las actividades que se realicen en el ámbito deportivo, ya es común que en las comunidades rurales y no rurales se disponga de un aparato de radio y la información puede llegar directamente y al instante con mayor facilidad.

Sin embargo, existen varias delimitaciones al uso de la radio en este tipo de actividades y es que puede que el aparato se encuentre averiado o si existe un programa que se transmite en un momento determinado del día y si es tenista o aficionado no puede detener el programa o escuchar un punto que no entendió o no escuchó bien, y una vez terminada la emisión no queda nada que le recuerde la información que ha oído.

Por otro lado, Oakle y Garforth (1998), comenta que “la escasa concentración con que la gente suele escuchar la radio. A menudo se escucha mientras se hace otra cosa,

como comer, cocinar o trabajar en los campos. Por ese motivo, la radio no es un buen medio para transmitir informaciones largas y complejas” (p. 53).

Otros de los medios que puede transmitir de inmediato y directamente la información es la televisión, con la distinción que la misma combina la visión con el sonido. Sin embargo, estos aparatos son mucho más costosos de comprar y reparar que la radio y los costos de producción de un programa de televisión son mucho más elevados. No obstante, los medios impresos, según Oakle y Garforth (ob.Cit) “pueden combinar palabras, imágenes y diagramas para transmitir una información una información clara y precisa” (p. 60). Su gran ventaja consiste en que el público puede contemplarlos todo el tiempo que desee, utilizándose el mismo repetidamente.

Los medios impresos en la actualidad han respondido con mucho de los recursos técnicos que ofrecen una mejor información, dándole mejor uso a las imágenes y al color para poder ofrecer al lector un diario que resulte claro y atractivo a primera vista, y han tenido que adaptar su diseño a la exigencia del público lector para poder mantenerlo fiel a sus publicaciones.

En referencia a ello Yáñez (1998), en su trabajo de grado señala que el diseño moderno de los medios impresos ha “adquirido importancia como respuesta al papel que desempeña en la sociedad. En la medida en que los modelos de diseño y diagramación son utilizados, se capta el interés del lector” (p. 36).

Por ello las transformaciones en la sociedad así como el papel cada vez mayor que los medios impresos desempeñan en especial la prensa, reflejan la importancia de los cambios en el diseño periodístico actual.

Se puede decir que hoy en día la prensa es actualizada, es decir, esta percibe la nueva tendencia de la vida de la sociedad a la que quiere informar, sin abandonar los valores a los que se aferran los lectores; es importante tener en cuenta que hay que cuidar y defender los intereses y preferencias del lector, ya que estas son las vías por la que la prensa actual ha logrado evitar que decaiga el interés del público y por el contrario lograr que los lectores se incorporen cada vez más.

Según Cañizales (1991), señala que: “El fenómeno de la prensa escrita en los últimos años ha sido caracterizada por la expansión y la especialización” (p. 44). Lo que ha dado pie a que aparezcan periódicos o revistas especializadas en economía, mercadeo, gerencia, etc., debido entre otras cosas a la participación de grupos empresariales en el área comunicacional.

Medios De Masas

El término de sociedad de masas priva relaciones de masas, cuando entre sus miembros privan relaciones de información en perjuicio de las relaciones de comunicación. Los medios de información de masas serán canales artificiales de comunicación cuando vinculan unilateralmente alocuciones o mensajes de tipo (ómnibus). Si toda información es masificante, es porque su carga de significaciones tienden a estabilizarse en el nivel de uno-para-todos (ómnibus); es decir, de lo interpersonal en sus contenidos para tener que ser selectiva en sus alcances. Ya que el receptor no es ahora un interlocutor sino uno de tantos mudos oyentes o videntes, huelga su selección por personas, estructuras sociales parciales, niveles y esferas culturales lugares o situaciones tal como sucede siempre y necesariamente con la comunicación y la difusión del saber. (Pasquali, 1990. P. 78-79)

El autor ante citado después de ese preámbulo define claramente lo que es la comunicación de masa

Ha de entenderse a la totalidad social receptora de mensajes ómnibus, es decir, la estructura social tipificada por un predominio de información sobre la comunicación en sus esquemas transmisores del saber. Ella es la suma de los ya enunciados caracteres descriptivos y explicativos propios del receptor sumido en la relación de información (p.85)

En tal sentido, el Mass Communication contiene una flagrante contradicción en los términos y debería prescribirse. O se presencia medios empleados para la comunicación, y entonces el polo receptor nunca es una “masa” o se presencia de los mismos medios empleados para la información, y en este caso resulta hasta redundante especificar que son de “masas”. Todos los canales artificiales hoy empleados para la comunicación con las masas silencian, por su propia estructura, al sujeto receptor y bloquean su capacidad interlocutora.(Ídem)

Ellos facilitan, pues, la relación de la comunicación, en sentido propio resultan, ser instrumentos harto inadecuados. No hay por lo demás, relación de comunicación que masifique. La expresión a iluminar podría aún subsistir si el término comunicación aludiese claramente en ella al sentido generalizado del termino, connotado a toda la región objeto de una teoría de la comunicación (tanto la comunicación en sentido restringido como la información.). Tal como es utilizada, se presta más bien a numerosas ambigüedades. Una vez hecha la distinción entre comunicar e informar ella podría interpretarse como un hipócrita encubrimiento de la vertiente informativa bajo el monto de un término ennoblecedor. (Ídem, p. 85-86).

Evidentemente, medios de comunicación y medios de masa constituyen ejes básicos, pero significativamente se debe evitar “aplastar” al público con la omnipresencia de estos instrumentos. Para ello el lector ha de ser el público y dejarlo utilizar correctamente los medios y su categorización y ello es posible concibiendo “buen” material comunicacional, en cuyo interés resalte lo educativo, lo informativo y el entretenimiento, así en ese orden piramidal.

En consecuencia, la propuesta planteada quiere asumir el reto y contribuir al rescate de los medios de comunicación especializados y que lo masivo represente sólo la vertiente cuantitativa (el número de receptores que alcanza) y no la cualitativa, pues ésta quedaría reducida a una simple información manipuladora y sugestionadora.

Radio

Es un medio de masas (como la televisión o la prensa), que se apoya para transmitir sus mensajes desde un emisor a muchos receptores a través del espacio por medio de ondas electromagnéticas o también conocidas como ondas hertzianas, con la ayuda de aparatos técnicos específicos

Características de la Radio

- Emisión oral.
- Genera imágenes mentales en el oyente.
- Es inmediata.
- Heterogeneidad de su audiencia.
- Accesibilidad y credibilidad de su mensaje.
- Es barata y técnicamente sencilla.

- Medio de comunicación más rápido y más instantáneo.
- Mensajes sencillos y fáciles de entender.
- Es muy apta para ser trabajada en la escuela ya que es un medio económicamente muy accesible y no requiere un nivel intelectual alto para poder utilizarla.
- Posee un lenguaje y un código específico.
- Puede ser escuchada en cualquier lugar.
- Se caracteriza también por ser acusmática, es decir, es incapaz de proyectar imágenes, solo se apoya en el medio auditivo.
- Sus mensajes son fugaces.

Ventajas de la radio.

- Son baratos, manejables y fáciles de utilizar, fuertes y resistentes para que los manejen tanto profesores como alumnos.
- Constituyen una buena manera de propiciar experiencias de aprendizajes a grandes grupos y también resultan adecuados para el trabajo individual de los estudiantes.
- Propician la motivación de los estudiantes hacia los valores artísticos de la música debido a la facilidad de acceso a todo tipo de materiales musicales y por propiciar documentación sonora diversa.
- Pueden contribuir a mejorar la dicción, ya que permiten escuchar voces con una buena vocalización y timbre, además que facilitan la adquisición de vocabulario y la mejora de la praxis convencional.

- Para estudiantes con escasa habilidad lectora y para personas con importantes déficits visuales, suponen un buen canal de información y comunicación alternativa.
- Las grabaciones también pueden utilizarse con una finalidad evaluativa de los alumnos.
- Permiten una integración curricular interesante, a través de la realización de múltiples actividades.
- Con la radio podemos acercar al alumnado a la realidad de su entorno, por medio de sus noticias, su música...
- Es un medio con el que unir culturas totalmente diferentes a través de la escucha de músicas de otros países.
- Trabajando con ella podemos conseguir la desinhibición de nuestros alumnos y subir su autoestima.

Limitaciones

- La principal limitación es que es un medio por sí mismo totalmente sonoro y podría ser un gran obstáculo a la hora de trabajar con niños con necesidades educativas especiales, referidas estas a la pérdida total o parcial auditiva o cualquier otro problema del mundo auditivo.
- Sus emisiones son secuenciales.

- Con la aparición reciente de hace pocos años de aparatos electrónicos como el Ipod, se ha perdido un poco el interés de escuchar emisiones radiales, pues priva la inmediatez de escuchar la música deseada sin necesidad de sintonizar ningún programa de radio.

Los primeros sistemas telegráficos y telefónicos utilizaban el cable como soporte físico para la transmisión de los mensajes, pero las investigaciones científicas indicaban que podían existir otras posibilidades. La teoría de la naturaleza electromagnética de la luz fue enunciada por el físico británico James Clerk Maxwell en 1873, en su Tratado sobre electricidad y magnetismo. Así mismo, las teorías de Maxwell fueron corroboradas por el físico alemán Heinrich Hertz. En 1887, Hertz descubrió las ondas electromagnéticas, estableciendo la base técnica para la telegrafía sin hilos.

En la década siguiente se realizaron gran número de experimentos para la transmisión de señales sin hilos. En 1896, el inventor italiano Guglielmo Marconi logró enviar una señal sin hilos desde Penarth a Weston-super-Mare (Inglaterra), y en 1901 repitió el experimento desde Cornwall, a través del Océano Atlántico. En 1904, el físico británico John Ambrose Fleming inventó el tubo de vacío con dos elementos. Un par de años después el inventor estadounidense Lee de Forest consiguió un tubo de vacío de tres electrodos, invento en el que se basarían muchos dispositivos electrónicos posteriores.

La primera emisión de radio tuvo lugar en 1906 en los Estados Unidos. En 1910, De Forest transmitió por primera vez una ópera desde el Metropolitan Opera House de Nueva York. En 1920 se crearon varias emisoras o estaciones de radio en Estados Unidos, y en 1923 se fundó en el Reino Unido la British Broadcasting Corporation (BBC). En 1925 ya funcionaban 600 emisoras de radio en todo el

mundo. En la actualidad, casi todos los hogares de los países desarrollados disponen de radio.

Elementos sonoros

El lenguaje de la radio viene determinado por una serie de recursos relacionados con las posibilidades técnicas del medio, esos recursos son:

- La voz.- el discurso radiofónico exige una forma de hablar diferente a la de la vida real, es por ello que el mismo debe ser más plástico y exige un mayor cuidado del ritmo y la cadencia.
- La música.- dentro del ámbito de la radio educativa, destacan cuatro funciones clave de ésta como un recurso informativo- formativo:

Sintonía

Se trata de un fragmento musical, de entre 15 y 30 segundos de duración, que aparece siempre al inicio y al final de un programa radiofónico. La principal función de la sintonía es identificar a dicho programa, diferenciándolo del resto de espacios que componen la oferta de una emisora. Sería, por utilizar un símil muy apropiado, una especie de Documento Nacional de Identidad del programa.

Cortina

Se trata de un fragmento musical de unos 10-15 segundos de duración que se utiliza para separar, en el seno de un mismo programa, contenidos claramente diferenciados (por ejemplo, en un dramático radiofónico para pasar de una escena a

otra). En ocasiones, la cortina es un conjunto de frases musicales extraídas de la sintonía.

Ráfaga

En tanto que fragmento musical en función sintáctico-gramatical, la ráfaga, al igual que la cortina, sirve también para separar contenidos o bloques temáticos dentro un mismo programa. Sin embargo, dada su menor duración (unos 5 segundos), marca una transición más corta y dinámica, por lo que suele utilizarse asiduamente en los informativos radiofónicos. La ráfaga se usa, por ejemplo, para separar las noticias nacionales de las internacionales, o la economía del deporte. Al igual que en el caso anterior, es habitual que las ráfagas se extraigan también de la sintonía. Golpe musical: Se trata de un fragmento extremadamente corto (entre 2 y 3 segundos) que se utiliza para llamar la atención del oyente en un momento determinado o para separar fragmentos sonoros verbales que están enlazados por un/a mismo/a locutor/a (por ejemplo, en un bloque de información deportiva varias noticias seguidas sobre el FC Barcelona). Para producir el efecto de golpe, conviene que el fragmento presente una marcada ascendencia tonal, como éste que te mostramos.

Los efectos sonoros

Fundamentalmente se usan para favorecer el realismo y la ambientación de situaciones. Se pueden utilizar a partir de grabaciones existentes o pregrabados, es decir, realizado por los alumnos o extraídos de la naturaleza.

El silencio.

Es un recurso que se utiliza para crear interés, preparar al oyente para un cambio en el discurso o comprender mejor un contenido.

El montaje.

El puede plantear como un recurso capaz de aglutinar a los anteriores.

La tecnología y los equipos de trabajo

Lo primero que debe tener presente el guionista de radio es la disposición y posibilidades de los recursos técnicos en el estudio de realización.

El estudio convencional de radio está dividido en dos zonas independientes, situadas una frente a otra, ambas insonorizadas entre si y del exterior y separadas por un cristal.

Una de ellas, el *LOCUTORIO*, es el lugar donde se emplazan los micrófonos; y desde donde intervienen tanto el presentador, como los locutores, actores, invitados, o cualquier otro participante cara al “micro”.

En la otra, el *CONTROL* - a cargo de uno o más especialistas de sonido; realizador, en ocasiones; montador/es musical/es, si es el caso; técnico de efectos especiales, etc.,- se encuentra el resto de los elementos técnicos indispensables para la grabación o emisión del programa. En el control se sitúa, por regla general, el Equipo de Producción, cuando de él se precisa. Distinto elementos son comunes a la sala de control, los más habituales son: Magnetófonos de cinta abierta, platos giradiscos, reproductores de discos compactos, cartucheras, reproductor de “cassettes”, Dat, mesa de mezclas etc.

Por ultimo recordar que los avances en informática y tecnologías digitales están cambiando algunas formas de operar y funcionar a algunas emisoras y por tanto estas novedades tecnológicas no deben ser ajenas al guionista de radio, ya que en ellas encontrara nuevos instrumentos de trabajo.

Los equipos característicos de una emisora son:

Equipo TECNICO, que son los que operan en el CONTROL, de los cuales los más importantes son: el controlador o técnico de sonido, el realizador del programa, el montador musical, y el encargado de los efectos de sonido

Equipo de LOCUCION, que se encuentran en el LOCUTORIO, formado por presentador, locutor, actores etc.

Equipo de PRODUCCION, que se ocupa de la logística, en el se encuentran encuadrados el productor, el secretario, el telefonista y el recepcionista.

Equipo de REDACCION, en el encontramos a los guionistas, programadores de música, reporteros, redactores de mesa, colaboradores, documentalistas.

Por ultimo nos encontramos al **DIRECTOR** del programa que puede pertenecer a cualquiera de estos cuatro equipos. Normalmente en el primero como realizador y en el segundo como presentador.

Periodismo

Las definiciones del término periodismo han evolucionado en el tiempo, el avance tecnológico hizo que el concepto se ampliara adaptándose a las exigencias de la sociedad. Se puede citar una definición antigua de periodismo como el arte y profesión de escribir y editar publicaciones periódicas. Sin embargo, Filippi (Ob.cit), destaca:

Que en el pasado se hacía referencia únicamente al periodismo escrito dejando a un lado las técnicas audiovisuales acompañadas de la inmediatez, de la visión instantánea y de la comprensión global en el uso

simultáneo de todos los sentidos, pero señala una desventaja limita la capacidad de análisis del receptor, que tiende a impresionarse casi irreflexivamente con la que ve o escucha (p.11)

Ahora bien Hernández (1949), destaca como característica principal del concepto de periodismo el relato de los hechos actuales señalando que el “periodismo es un relato e interpretación de los hechos actuales, a la luz de ciertos principios, con el objeto no solo de informar sino de orientar, día a día, a las personas que viven en sociedad” (p.46). Sin embargo, a pesar de tener la actualidad como el centro del periodismo éste es un proceso que va desde la recogida de datos o información por parte de los reporteros, una evaluación por parte de los editores y una distribución a través de los distintos medios de comunicación.

Parafraseando a González (1997), se separa algunos elementos que pueden ser útiles para formular una definición concreta sobre periodismo, como el término actividad; las funciones de informar y opinar, pues es el periodista en calidad de emisor quien a través del proceso comunicativo determina el contenido del mensaje; asuntos de interés general ya que se ejerce en la esfera pública, es decir la información es objeto de interés general; sostiene una palabra clave “periódicamente” referente a la frecuencia temporal; y por último el término comunicación masiva, el periodismo no es un fenómeno interpersonal.

No obstante, después de estudiar estos términos y fusionarlos debidamente dependiendo de su concepto, el autor citado anteriormente obtuvo como definición de periodismo a “la actividad que consiste en informar y opinar periódicamente, sobre asuntos de interés general, valiéndose de un medio de comunicación masiva” (p.16).

Bases Legales

Como todo en Venezuela y en cualquier país del mundo, las empresas tienen que cumplir con ciertas normas legales, ya que desde su constitución como empresa, su actuación dentro del comercio, y su objeto social, está regulado por la carta magna y con leyes especiales de acuerdo a su actividad comercial. En el caso de la Radio tiene su base jurídica contemplada en la Constitución Bolivariana de Venezuela (1999), en su Artículo 108, el cual establece lo siguiente:

Los medios de comunicación social, públicos y privados, deben contribuir a la formación ciudadana. El estado garantiza servicios públicos de radio, televisión y redes de bibliotecas y de informática, con el fin de permitir el acceso universal a la información. Los centros educativos deben incorporar el conocimiento y aplicación de las nuevas tecnologías, de sus innovaciones, según los requisitos que establezca la Ley.

En este artículo se plantea la necesidad de difundir en los medios de comunicación la cultura venezolana, y el estado será garante de prestar la ayuda necesaria para otorgar concesiones a los diferentes medios con el único fin de preservar el acceso comunicacional a los distintos estratos de la población.

Unión Internacional De Telecomunicaciones (UIT)

Es un organismo de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), fundado en París en 1865. En 1934 la UIT se constituyó para sustituir a todos los organismos ya existentes especializados en el campo de las telecomunicaciones y, en 1947, quedó integrada en la ONU. La UIT no tiene un estatuto permanente, pero su existencia es renovada periódicamente por acuerdo de sus miembros.

Los objetivos de la UIT son mantener y extender la cooperación internacional para

la mejora y uso racional de cualquier tipo de telecomunicación; promover el desarrollo y el empleo eficiente de los medios técnicos para mejorar los servicios de telecomunicaciones, así como incrementar su utilidad y disponibilidad para el gran público; coordinar las acciones de las naciones para que puedan alcanzar estos fines. De especial interés son los problemas y las posibilidades derivadas de las telecomunicaciones espaciales y la mejora de las telecomunicaciones en los países asociados en vías de desarrollo.

La UIT está formada por 162 estados miembros y tiene su sede en Ginebra. El principal órgano de la Unión es la conferencia plenipotenciaria que, normalmente, se reúne cada cinco años. La conferencia elige un consejo administrativo de 41 miembros, que se reúne anualmente para aprobar el presupuesto de la UIT y para coordinar el trabajo del resto de los órganos de la Unión. Éstos son la Secretaría General, la Junta Internacional de Asignación de Frecuencias, el Comité Consultivo Internacional de Telégrafos y Teléfonos y el Comité Consultivo Internacional de Radiocomunicaciones. Ocasionalmente, se llevan a cabo reuniones administrativas de ámbito mundial o regional para discutir cuestiones técnicas.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Tipo de investigación

El diseño de la investigación que respondió a los objetivos planteados está enmarcado en un Proyecto Factible que según el Manual de Trabajo de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales de la U.P.E.L. (2004), “consiste en la elaboración de una propuesta de un modelo operativo viable, o una solución posible a un problema de tipo práctico, para satisfacer necesidades de una institución o grupo social” (p.7).

Dicha investigación será complementada con una investigación de campo tipo descriptivo, siguiendo el modelo de Sabino (1992) “el diseño de campo es cuando los datos de interés se recogen en forma directa de la realidad, mediante el trabajo concreto del investigador y su equipo, (datos primarios)” (p. 72). Asimismo, la investigación se apoyara por una investigación documental, a través de una revisión bibliográfica.

No obstante, el Manual de Trabajo de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales de la U.P.E.L. (ob cit), define la investigación de campo como “el análisis sistemático del problema con el fin de descubrir y explicar sus causas y efectos, entender su naturaleza y factores constituyente o proceder su ocurrencia” (p.100).

Por otra parte, la investigación documental para Bravo (1.998), tiene como objeto central “la búsqueda concreta en las fuentes documentales, y las fuentes bibliográficas correspondientes al tema elegido” (p. 32). De igual manera, el diseño de esta investigación puede denominarse de tipo proyectiva que según Hurtado (1.995), “son todas aquellas que conducen a inventos, programas o diseños dirigidos a cubrir una necesidad” (p. 75).

Esto es de hacer notar que este tipo de estudio, se plantea con el propósito de ampliar y profundizar el conocimiento del problema, con el apoyo principal de las fuentes bibliográficas y documentales. La originalidad del estudio se refleja en el enfoque, criterios, conceptualizaciones y en general en el pensamiento del autor.

Área de Investigación

De acuerdo con Blanco Muñoz (1981), el área de investigación “tiene como finalidad evidenciar la acción del hombre en el porvenir, el presente y el pasado. El área donde se desarrolló el proyecto fue el ámbito de los medios de comunicación de masas específicamente referido a un programa de radio.

Definición de Variables e Indicadores

Según Arias (2004). Las variables de una investigación representan una característica, cualidad, o medida que puede sufrir cambios y que es objeto de análisis, medición o control en una investigación. (p 55).

Por otra parte los indicadores son un indicio, señal o unidad de medida que permite estudiar o cuantificar una variable o sus dimensiones, a su vez, es integrante de una variable compleja que resulta de su análisis o descomposición.

La definición de las variables e indicadores representó una gran importancia en el presente estudio puesto a que a través de su señalización se aclara la operacionalización de variables y como se manejan los factores que intervienen en su composición.

Cuadro 1.

Operacionalización de las Variables

Objetivo Específico	Variable	Definición nominal	Indicador	Ítem
Realizar una investigación de los conceptos de la comunicación para el desarrollo, y su influencia dentro del fenómeno de la Comunicación de Masas en Caracas.	comunicación para el desarrollo	Forma de comunicación en la cual los mensajes son transmitidos públicamente, usando medios técnicos	Efecto	1 2 3 9 16 17 18 19
Describir las características del programa “Brújula Internacional” y su relación con la rama de la Comunicación para el Desarrollo.	Características del programa “Brújula Internacional	Iniciativa para promocionar temas variados a través e la radio	Perfil	4 5 6 11 12
Diseñar los lineamientos técnicos, teóricos, operativos y de contenido para estructurar a partir de un programa de radio ya existente “Brújula Internacional Parlamentaria”, un espacio destinado a la Comunicación para el Desarrollo	Lineamientos técnicos, teóricos, operativos y de contenido	Proceso social que se basa en el intercambio de información.	Resultados	7 8 10 13 14 15

Fuente: Elaborado por la investigadora (Argotte, 2010)

Población y Muestra

Población

La población según Morles (1994), “es el conjunto para el cual serán válidas las conclusiones que se obtenga a los elementos o unidades (personas, instituciones o cosas) a las cuales se refiere la investigación” (p. 17). Asimismo, Hurtado (1997), explica que la población “es el total de los individuos o elementos a quienes se refiere la investigación, es decir, todos los elementos que vamos a estudiar, por ello también se le llama universo” (p.79).

Muestra

Para Tamayo y Tamayo (1998), es “cuando seleccionamos algunos de los elementos con la intención de averiguar algo sobre la población de la cual están tomados” (p. 92). De igual forma, Hernández (1998), la define como “un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en características al que llamamos población (p. 207).

En el caso de esta investigación, el tipo de muestreo utilizado fue el probabilístico, en el cual según Hernández (2002:212) “Todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser elegidos”. Así mismo, para la selección de la muestra se procedió al azar de manera aleatoria, dado que el investigador estableció las condiciones a fin de que cada unidad de la población tenga igual posibilidad de ser incluida en la muestra definitiva. La muestra estuvo conformada por 40 sujetos.

Técnica (s) e Instrumento para la Recolección de Datos

Según Tamayo y Tamayo (1998), la técnica “es la parte operativa del diseño investigativo. Hace relación al procedimiento, condiciones y lugar de recolección de datos” (P. 114). En tal sentido, las técnicas que se utilizaron en el referido estudio para la recolección de la información necesaria fue la encuesta. Que según lo planteado por Sabino (1986), “se trata de requerir información a un grupo socialmente significativo de personas acerca de los problemas en estudio para luego, mediante un análisis de tipo cuantitativo sacar las conclusiones que se correspondan con los datos recogidos” (p. 88).

Por su parte, Jiménez (S/F), la define como aquella que “permite recoger los datos directamente de la persona encuestada mediante instrumentos que responden a los objetivos del estudio” (p. 56).

Ahora bien, Hurtado (1998), expresa que el instrumento es aquel que:

Constituye la vía mediante la cual es posible aplicar una determinada técnica de recolección de información, pues son un conjunto de pautas e instrucciones que orientan la atención del investigador hacia un tipo de información específica para impedir que se aleje del punto de interés (P. 428).

En ese sentido, el instrumento a utilizar fue el cuestionario que para Hernández, Fernández y Baptistas (1991), “consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir” (p 285). El mismo estuvo compuesto por 20 preguntas con una serie de alternativas que se ajustan al tipo de técnica (escala de Likert).

Validez y Confiabilidad

El instrumento fue sometido a un análisis de validez y confiabilidad a través del cual se determinaría si los ítems medían el contenido para lo cual fueron diseñados.

Validez

Para determinar la validez del instrumento se consideró la tipificación expuesta por Hernández y Otros (ob. cit), la cual refiere “que la validez, en términos generales se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir” (p. 242). Prosiguen señalando los autores citados que la validez de contenido “es el grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide” (p.243).

Específicamente hablando de la validez de contenido se consiguió mediante la revisión bibliográfica y documental, al igual que la operacionalización de las(s) variables. Ahora bien, también se consulto la opinión de tres (3) expertos, dos (2) especialistas en el tema investigado, uno representado por el experto en contenido y el otro por el diseño. Por último, un (1) experto en la metodología aplicada, donde éstos evaluaron los ítems a partir de los criterios de claridad, pertinencia y coherencia, debidamente estructurados en un esquema que les permitió realizar sus observaciones atendiendo a las cualidades del instrumento. Esto es lo que se llama juicio de expertos

Confiabilidad

El análisis de confiabilidad se realizó considerando un criterio de consistencia interna que según Hernández y Otros (ob. Cit.), consiste en obtener un coeficiente numérico a partir de los resultados de una prueba piloto que se hace en una muestra de la población para la variabilidad de sus respuestas.

Hernández y Otros (2002), señala que “la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida mismo sujeto u objeto, producir iguales resultados”. (p. 242).

En el caso de este trabajo se realizó la confiabilidad a través de la confiabilidad de Kuder Richardson

$$r = \frac{K}{K-1} \frac{1 - \sum S_i^2}{S t^2} \quad r = \frac{5}{4} \frac{52,22}{56,51}$$

$$r = 0.90$$

El coeficiente dio como resultado 0,90 lo que indicó que el instrumento es confiable y por lo tanto se aplico a la muestra seleccionada.

Técnica de análisis de datos

De acuerdo a lo expuesto por Bisquerra (1989), el propósito fundamental del análisis de datos es “organizarlos de tal forma que permitan dar respuesta al problema planteado y decidir si las hipótesis han sido confirmadas o rechazadas” (p. 35).

También, Balestrini (1998), precisa que “la técnica de análisis de datos es concebida como el estudio de los resultados, el cual tiene el propósito de incluir y resumir las observaciones llevadas a cabo, de esta manera, se llegan a las respuestas de las interrogantes de la investigación” (p. 57). En función de esto, en el presente trabajo para la realización del análisis se tabularon y calcularon los datos recogidos, siguiendo la estadística descriptiva y analítica. Además, de la realización de cuadros y gráficos que permitieron organizar la información para luego profundizar en su análisis y lograr la propuesta en sí.

Procedimiento de la investigación

Para el desarrollo del presente trabajo, se cumplieron las siguientes fases:

- Revisión indagatoria de la literatura especializada y trabajos de referencia sobre la temática abordada.
- Solicitud de autorización en el espacio, en donde se realizará el trabajo.
- Elaboración, validación y aplicación del instrumento de recolección de datos.
- Organización de la información recolectada.
- Análisis e interpretación de la información obtenida.
- Elaboración de los lineamientos teóricos, técnicos y operativos de la propuesta.
- Elaboración de las recomendaciones en base a los resultados obtenidos.

CAPITULO IV

DIAGNÓSTICO QUE SUSTENTA LA PROPUESTA

Análisis de los resultados del diagnóstico

En el desarrollo de este capítulo corresponde presentar el análisis de la información que se recolecto mediante la aplicación a la muestra seleccionada, de los instrumentos de recolección de la información, el mismo estuvo constituido por un cuestionario aplicado a una serie de .

Para una mayor facilidad en la presentación y comprensión de los datos obtenidos en esta sección de la investigación se presentan los mismos analizados desde tres (03) aspectos: (a) Tipo de análisis, (b) forma de presentación de los datos y (c) discusión de los resultados obtenidos. En lo que corresponde al tipo de análisis, éste se apoyó en la estadística descriptiva, con ello se llegó a establecer las frecuencias derivadas de las respuestas dadas por los informantes a cada pregunta del instrumento.

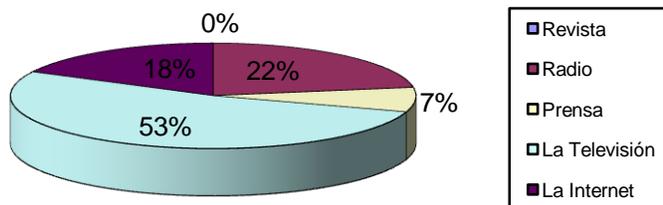
Una vez logrado el resultado de estas tabulaciones se conformaron gráficos circulares, con el propósito de presentar la información en tal forma, que se facilitará su comprensión. Posteriormente a la presentación de los datos y gráficos se incorporó el análisis inferencial de cada uno de los resultados de los ítems; dando así a conocer los juicios analíticos por parte de la investigadora. Constituye éste, el método cualicuantitativo, el cual según Bisquerra (2001), “en una investigación desde adentro, que se supone una preponderancia de lo individual y subjetivo” (p.64)

Ítem 1.- ¿De estos medios de comunicación cual considera que abarca más población?

Cuadro N° 2

TIPO DE PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Revista	0	0
Radio	09	22,5
Prensa	03	7,5
La televisión	21	52,5
La Internet	07	17,5
Total	40	100%

Gráfico N° 1.- ¿De estos medios de comunicación cual considera que abarca más población?



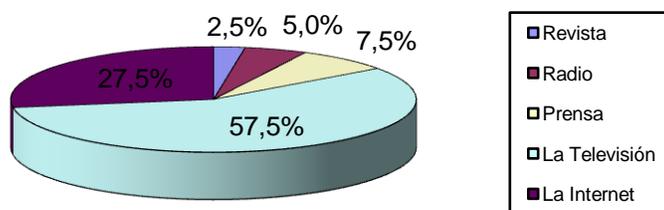
Se puede evidenciar de la información recogida, que la mayor proporción de personas encuestadas, Vale decir, un 52,5 %, respondieron que la televisión es el medio de comunicación que abarca más población, seguido por 22,5 %, correspondiente a la preferencia por la radio; esto implica que la televisión y la radio son los medios de comunicación por excelencia, por lo que es importante la creación de programas radiales, puesto que estos tienen un público cautivo significativo.

Ítem 2.- ¿De estos medios de comunicación cual considera que acapara más la atención de los usuarios?

Cuadro N° 3

TIPO DE PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Revista	01	2,5
Radio	02	5
Prensa	03	7,5
La televisión	23	57,5
La Internet	11	27,5
Total	40	100%

Gráfico N° 2.- ¿De estos medios de comunicación cual considera que acapara más la atención de los usuarios?



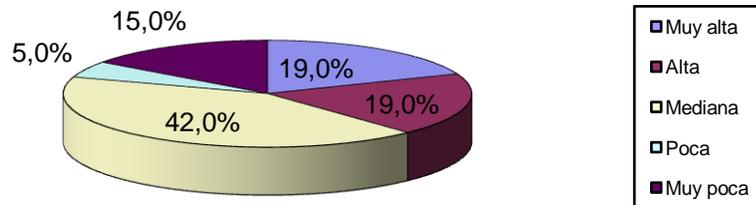
Con respecto al medio de comunicación que acapara más la atención, las respuestas se ubicaron mayoritariamente en la televisión con un 57,5% y la Internet con un 27,5%; dejando a la radio en un rango del 5%; esto llama poderosamente la atención puesto que, este medio es al que puede accederse con menor inversión económica.

Ítem 3.- ¿Con que frecuencia escucha la radio?

Cuadro N° 4

TIPO DE PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy alta	06	19
Alta	06	19
Mediana	13	42
Poca	10	5
Muy poca	05	15
Total	40	100%

Gráfico N° 3.- ¿Con que frecuencia escucha la radio?



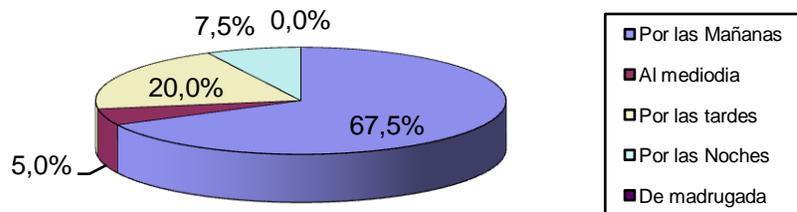
En el caso de esta pregunta los resultados indican que el 42% de los encuestados, escuchan medianamente la radio, mientras que el 38%, la escuchan con una frecuencia entre muy alta y alta; esto puede entenderse como la radio es un medio de comunicación que se mantiene vigente en una alta proporción de la ciudadanía.

Ítem 4.- ¿En que momento del día escucha la radio?

Cuadro N° 5

TIPO DE PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por las mañanas	27	67,5
Al mediodía	02	5
Por las tardes	08	20
Por las noches	03	7,5
De madrugada	0	0
Total	40	100%

Gráfico N° 4- ¿En que momento del día escucha la radio?



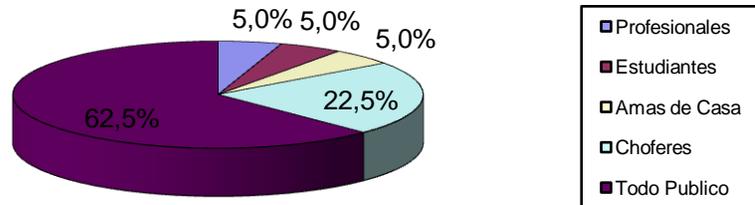
Como puede observarse claramente, los resultados obtenidos de las respuestas de los informantes, arrojan claramente la preferencia por escuchar radio en las horas de la mañana, vale decir, un 67,5%, por lo que es conveniente la creación de espacios radiales en ese periodo de tiempo, siendo que existe la tendencia a ser posible obtener altos niveles de sintonía.

Ítem 5.- ¿El público más atento a los programas radiales son?

Cuadro N° 6

TIPO DE PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Profesionales	02	5
Estudiantes	02	5
Amas de casa	02	5
Chóferes	09	22,5
Todo público	25	62,5
Total	40	100%

Gráfico N° 5.- ¿El público más atento a los programas radiales son?



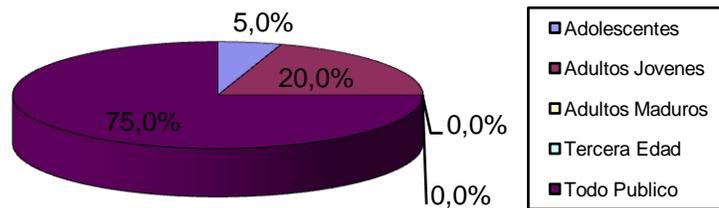
Las respuestas obtenidas ante esta pregunta dan claro indicio, de que los programas radiales son seguidos por todo tipo de público, específicamente se señala un 62,5%, éste dato es de suma importancia porque al momento de crear un programa radial, debe considerarse este factor y por tanto tener presente la inclusión de material que pueda satisfacer a las diferentes preferencias.

Ítem 6.- ¿Considera que los programas de radio fundamentalmente deben estar dirigidos a los?

Cuadro N° 7

TIPO DE PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Adolescentes	02	05
Adultos jóvenes	08	20
Adultos maduros	0	0
Tercera edad	0	0
Todo público	30	75
Total	40	100%

Gráfico N° 6.- ¿Considera que los programas de radio fundamentalmente deben estar dirigidos a los?



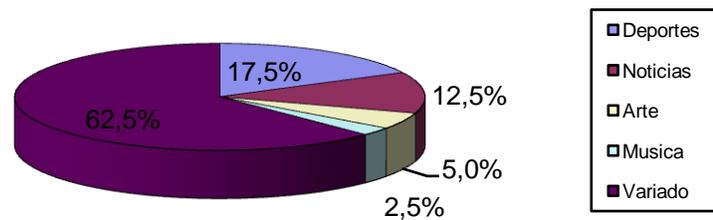
Las respuestas a este ítem, evidencian que los programas de radio deben concebirse para todo público tal cual como se demuestra con el resultado del 75% obtenido. Esto lleva a la reflexión de implementar la variedad en los contenidos de los mismos, para con ello asegurar la mayor cantidad de seguidores.

Ítem 7.- ¿Considera interesante un programa radial con contenido de?

Cuadro N° 8

TIPO DE PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Deportes	07	17,5
Noticias	05	12,5
Arte	02	5
Música	01	2,5
Variado	25	62,5
Total	40	100%

Gráfico N° 7.- ¿Considera interesante un programa radial con contenido de?



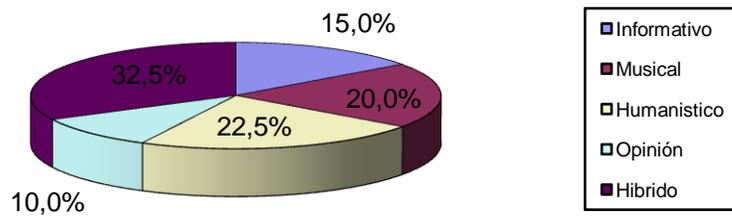
En el caso de esta pregunta, los informantes confirmaron en base a un 62,5%, su posición de considerar que los programas de radio deben ser concebidos dentro de una variedad que permita satisfacer los diferentes gustos y preferencias de los radio escuchas, esto permitirá el abordaje de aspectos diversos y por ende cubrir una mayor cantidad de expectativas del público que lo sigue.

Ítem 8.- ¿Los programas de radio que captan mayor cantidad de oyentes son de corte?

Cuadro N° 9

TIPO DE PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Informativo	06	15
Musical	08	20
Humorístico	09	22,5
Opinión	04	10
Hibrido	13	32,5
Total	46	100%

Gráfico N° 8.- ¿Los programas de radio que captan mayor cantidad de oyentes son de corte?



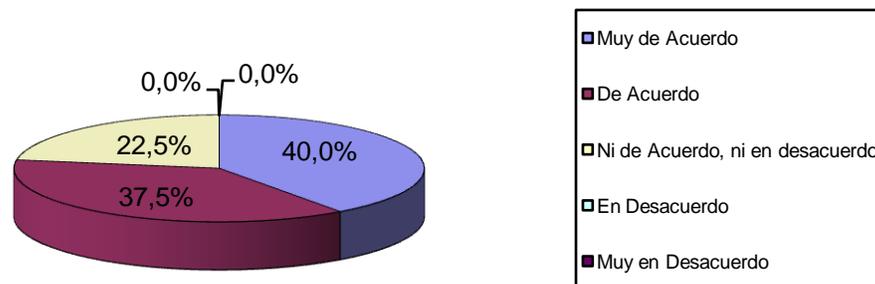
De la muestra seleccionada se desprende que la mayoría de los encuestados consideran que los programas de radio que contienen diversidad de temas, tópicos o géneros, pueden captar mayor cantidad de oyentes, esto en base a que puede llenar las inquietudes o aspiraciones de un número mayor de personas.

Ítem.- 9 ¿Considera que la radio capta un número significativo de oyentes?

Cuadro N° 10

TIPO DE PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	16	40
De acuerdo	15	37,5
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	09	22,5
En desacuerdo	0	0
Muy en desacuerdo	0	0
Total	40	100%

Gráfico N° 9.- ¿Considera que la radio capta un número significativo de oyentes?



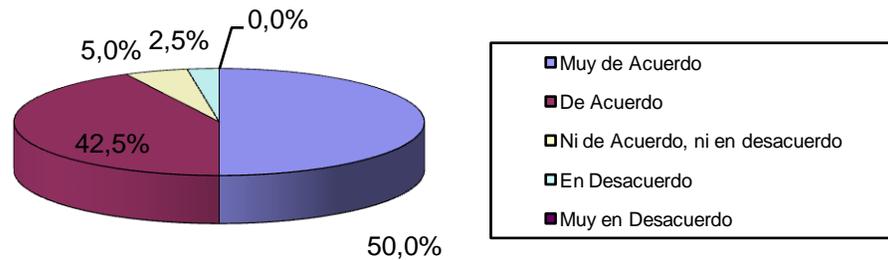
Los resultados evidencian que el 40% de los informantes están muy de acuerdo con que la radio capta un número significativo de oyentes, esto a las claras demuestra que la radio constituye un medio de comunicación de gran importancia y trascendencia dentro de los miembros de la sociedad.

Ítem 10.- ¿Considera de mucha importancia la inclusión en la radio de programas con temas variados?

Cuadro N° 11

TIPO DE PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	20	50
De acuerdo	17	42,5
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	02	5
En desacuerdo	01	2,5
Muy en desacuerdo	0	0
Total	40	100%

Gráfico N° 10 .- ¿ Considera de mucha importancia la inclusión en la radio de programas con temas variados?



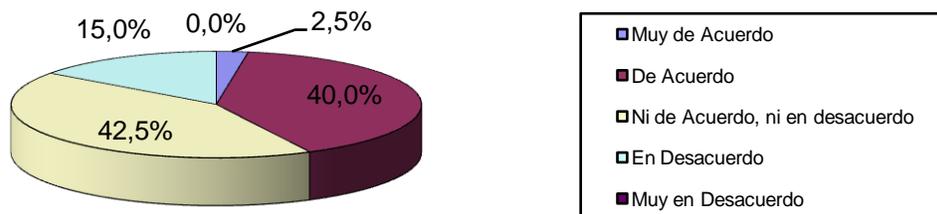
Los resultados obtenidos arrojan que más del 90% de las personas a quienes se les aplicó el instrumento, están muy de acuerdo o de acuerdo con que debe incluirse en los programas de radio variedad de temas, ello por supuesto, captará una mayor diversidad de oyentes y por tanto incidirá en el record de sintonía.

Ítem 11.- ¿Los programas actuales de radio cubren sus aspiraciones como radio escucha?

Cuadro N° 12

TIPO DE PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	1	2,5
De acuerdo	16	40
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	17	42,5
En desacuerdo	06	15
Muy en desacuerdo	0	0
Total	40	100%

Gráfico N° 11.- ¿Los programas actuales de radio cubren sus aspiraciones como radio escucha?



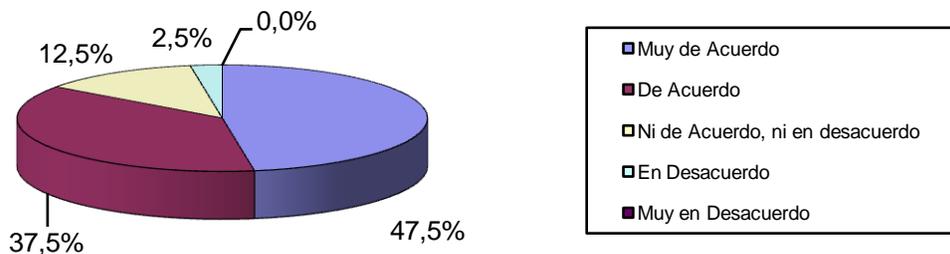
De la muestra consultada el 42,5% respondió que no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo con que los programas actuales de radio cubren sus aspiraciones como radio escucha, este porcentaje debe llevar a la reflexión e indagar mas sobre lo que desea recibir un oyente de la radio para sentir satisfechos con lo que ofrecen los programas radiales. Esto debe impulsar la creación de programas novedosos.

Ítem 12.- ¿Considera usted que el éxito de un programa de radio depende del moderador o locutor?

Cuadro N° 13

TIPO DE PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	19	47,5
De acuerdo	15	37,5
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	05	12,5
En desacuerdo	01	2,5
Muy en desacuerdo	0	0
Total	40	100%

Gráfico N° 12.- ¿Considera usted que el éxito de un programa de radio depende del moderador o locutor?



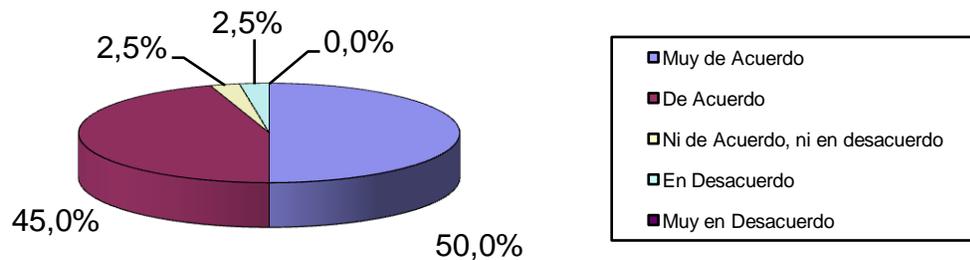
Puede observarse, que de los resultados de esta pregunta, se precisa que el éxito de un programa de acuerdo con el 47% por una parte y el 37,5% por otra, esta estrechamente vinculado a la persona que lo conduce, por lo que dependiendo de su arte y profesionalismo, imprimirá la calidad que atraerá a un público importante.

Ítem 13.- ¿Considera usted que el éxito de un programa de radio depende del contenido del mismo?

Cuadro N° 14

TIPO DE PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	20	50
De acuerdo	18	45
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	01	2,5
En desacuerdo	01	2,5
Muy en desacuerdo	0	0
Total	40	100%

Gráfico N° 13.- ¿Considera usted que el éxito de un programa de radio depende del contenido del mismo?



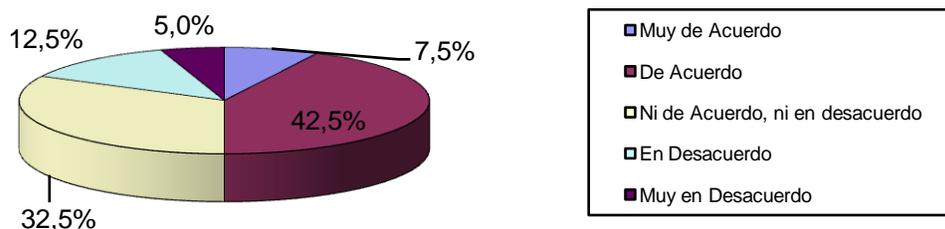
De la encuesta realizada, el 50% de las informante confirmó estar muy de acuerdo con que el éxito de un programa de radio depende del contenido del, mismo, esto fue seguido de un 45% que también expresaron estar de acuerdo con ello, estos datos deben servir de base para el momento de conformar la programación que caracterizará la misma debe enfocarse a la diversidad de gustos y expectativas del público.

Ítem 14.- ¿Considera que el contenido de los programas de radio influyen en el comportamiento de los oyentes?

Cuadro N° 15

TIPO DE PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	03	7,5
De acuerdo	17	42,5
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	13	32,5
En desacuerdo	05	12,5
Muy en desacuerdo	02	5
Total	40	100%

Gráfico N° 14.- ¿Considera que el contenido de los programas de radio influyen en el comportamiento de los oyentes?



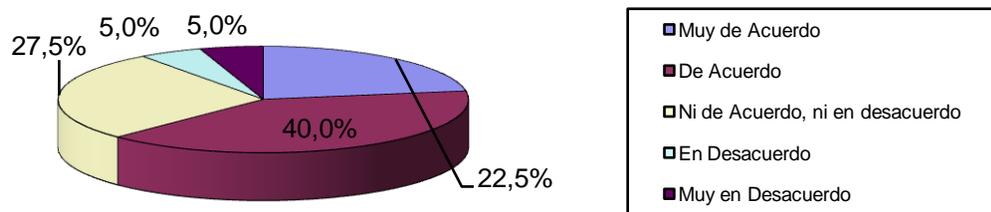
El gráfico muestra que el 42,5% de los informantes aseveraron, estar de acuerdo con que el contenido de los programas de radio influye en el comportamiento de los oyentes, esta posición hace ver la importancia que tiene la radio la formación de quienes siguen sus programas, por tanto no debe obviarse este detalle al configurar los contenidos que se difunden a través de este medio.

Ítem 15.- ¿Considera que el contenido de los programas de radio influyen en la opinión de los oyentes?

Cuadro N° 16

TIPO DE PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	09	22,5
De acuerdo	16	40
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	11	27,5
En desacuerdo	02	5
Muy en desacuerdo	02	5
Total	40	100%

Gráfico N° 15.- ¿Considera que el contenido de los programas de radio influyen en la opinión de los oyentes?



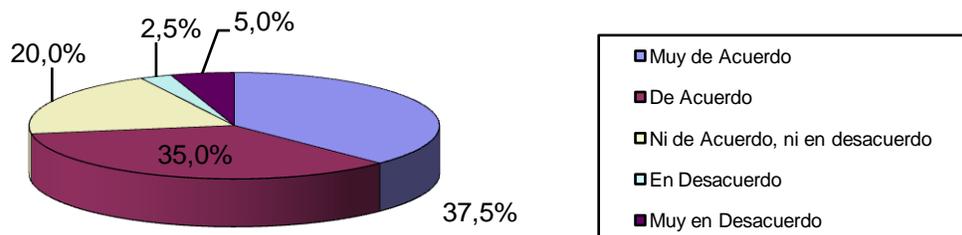
Basado en los datos obtenidos, y tomando en consideración el porcentaje resultante de la pregunta realizada (40%), puede considerarse a la radio como un medio de gran influencia en la opinión de los oyentes, esto conlleva a analizar el poder que puede ejercer sobre la formación de las masas.

Ítem 16.- ¿Un programa de radio especializado en difundir y promover información es necesario para la visión del mundo?

Cuadro N° 17

TIPO DE PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	15	37,5
De acuerdo	14	35
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	08	20
En desacuerdo	01	2,5
Muy en desacuerdo	02	5
Total	40	100%

Gráfico N° 16.- ¿Un programa de radio especializado en difundir y promover información es necesario para la visión del mundo?



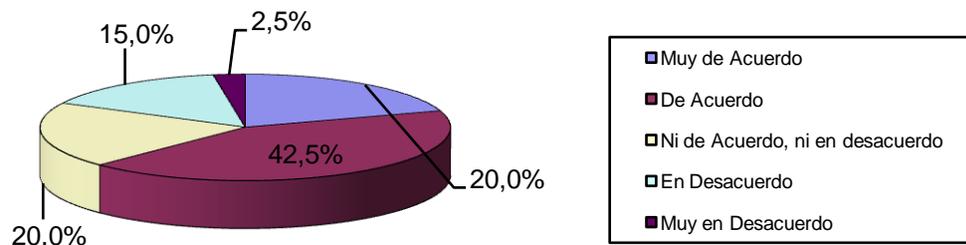
En éste gráfico se observa que el 37,5% de la muestra afirmó estar muy de acuerdo con que un programa de radio especializado en difundir y promover información es necesario para la visión del mundo, una vez mas se confirma el poder y la influencia de este medio de comunicación sobre los grupos humanos.

Ítem 17.- ¿Los actuales recursos comunicacionales que posee la radio satisfacen la necesidad de difundir y promover los diversos eventos, aportes, logros, entre otros?

Cuadro N° 18

TIPO DE PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	08	20
De acuerdo	17	42,5
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	08	20
En desacuerdo	06	15
Muy en desacuerdo	01	2,5
Total	40	100%

Gráfico N° 17.- ¿Los actuales recursos comunicacionales que posee la radio satisfacen la necesidad de difundir y promover los diversos eventos, aportes, logros, entre otros?



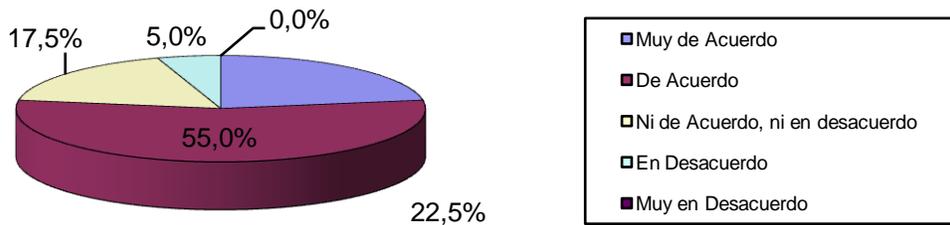
Ante la pregunta los actuales recursos comunicacionales que posee la radio satisfacen la necesidad de difundir y promover los diversos eventos, aportes, logros, entre otros; el 42,5 % destaca estar de acuerdo con ello, esto significa la misión que lleva a cabo la radio al cumplir con este objetivo.

Ítem 18.- ¿Considera que la radio es un medio de comunicación para el desarrollo de masas?

Cuadro N° 19

TIPO DE PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	09	22,5
De acuerdo	22	55
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	07	17,5
En desacuerdo	02	5
Muy en desacuerdo	0	0
Total	40	100%

Gráfico N° 18.- ¿Considera que la radio es un medio de comunicación para el desarrollo de masas?



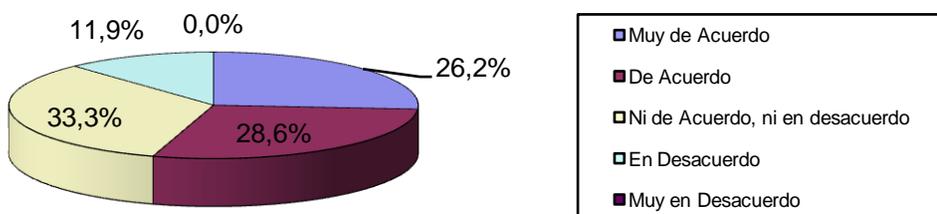
En relación a la pregunta considera que la radio es un medio de comunicación para el desarrollo de masas, puede destacarse como la mayoría se ubicó en estar de acuerdo el 55% y estar muy de acuerdo el 22,5%, por lo que se cumple con el propósito de crear estrategias favorable al cambio y por ende al avance de las comunidades.

Ítem 19.- ¿Considera que la radio puede ser el medio de comunicación mas importante para la educación de las masas?

Cuadro N° 20

TIPO DE PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	09	27,5
De acuerdo	12	30
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	14	35
En desacuerdo	05	12,5
Muy en desacuerdo	0	0
Total	40	100%

Gráfico N° 19.- ¿Considera que la radio puede ser el medio de comunicación mas importante para la educación de las masas?



Otro dato de interés se ve reflejado en las respuestas a esta pregunta, ya que un alto porcentaje el 28,6% de los sujetos encuestados afirmaron estar de acuerdo con que la radio puede ser el medio de comunicación más importante para la educación de las masas, seguido con un 26,2% que esta muy de acuerdo ante la misma interrogante, es importante destacar entonces, el valor que se le adjudica a este medio de comunicación en los referente a constituirse en una herramienta para la educación de masas; mas aún en el uso que puede dársele como instrumento de formación y actualización.

CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO

La radio es un medio de difusión masivo que llega al radioescucha de forma personal, es un medio de gran alcance, ya que llega a todas las clases sociales. Establece un contacto más personal, porque ofrece al oyente, cierto grado de participación en el acontecimiento o noticia que se está transmitiendo. La radio ha tenido que superar todos los nuevos avances que han ido apareciendo, pero sigue teniendo gran importancia en la sociedad.

Mediante el estudio realizado, los datos arrojados por el total de los sujetos encuestados denotan que existe la necesidad de crear programas radiales que se dirijan a un público variado, con tópicos de diversa índole, en un horario diurno. También es necesario destacar, la importancia de la radio como medio para difundir información capaz de generar cambios de comportamientos, opiniones y como forma de desarrollo de las masas. Todo ello aunado a la función de servir como mediador e informante de todos los acontecimientos que, de manera directa o indirecta, afecte o interese a la comunidad en general para así lograr la aceptación e integración de todos los habitantes.

Ahora bien, en relación a los tópicos a desarrollar en el programa, cabe destacar que es menester estructurarlo con temas variados que puedan satisfacer las expectativas de un publico diverso, para ello es importante incluir diferentes géneros que puedan cubrir aspectos tales como el entretenimiento, la información y la formación. Por lo que al aplicarse la propuesta planteada de esa forma generará gran impacto comunicacional, ya que abarcará el área social cultural, deportiva, y la actualidad nacional e internacional.

Finalmente, se debe señalar que con los datos obtenidos a través de la aplicación del instrumento se pudo alcanzar o lograr uno de los objetivos planteados en dicha investigación los cuales fueron alcanzados satisfactoriamente y arrojaron los resultados anteriormente expuestos cumpliendo cada uno de los pasos necesarios para presentar

posteriormente la propuesta de tal manera que lleve implícita los elementos que se destacaron mediante las respuestas dadas por los informantes.

CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

DISEÑO DE DEL PROGRAMA RADIAL “BRÚJULA INTERNACIONAL PARLAMENTARIA”

Presentación

El ser humano, desde que adquirió el habla y la capacidad de comunicarse, ha intentado llegar siempre más lejos para comunicarse mejor con sus semejantes. Desde los tambores, pasando por los espejos, los correos; así los medios de comunicación a lo largo de la historia de la humanidad han ido siempre íntimamente ligados al avance tecnológico, de esta forma con la invención de la imprenta surgen los medios de comunicación impresos; con la radio, los medios auditivos; con la invención del cine y posteriormente la televisión, los medios audiovisuales; y con el actual desarrollo de las redes de comunicación y la cibernética surgen los "new-media" o productos multimedia..

Sin embargo, la radio es un medio de difusión masivo que llega al radio-escucha de forma personal, es el medio de mayor alcance, ya que llega a todas las clases sociales; por ello es importante el diseño de un programa radial, orientado a la divulgación de tópicos de interés, sobre todo basado en el poder educativo y reentrenamiento que representa. Considerando lo anteriormente expuesto la propuesta está diseñada para brindar una herramienta que permita informar, educar y entretener a todo oyente del programa. Por ello, se presentará una estructura organizacional, basada en un esquema que permite la orientación del lector acerca de las partes que conforman la propuesta y el lugar jerárquico que ocupa dentro de ella.

Asimismo, consta de una estructura funcional que permite visualizar el como se conseguiría que la propuesta cumpla con los objetivos para la cual fue creada. De igual

manera, justificando y fundamentando con el fin de mostrar lo que puede representar un programa radial en un futuro.

Justificación

La propuesta se justifica debido a que es una herramienta de gran importancia y utilidad para el desarrollo comunicacional, siendo que la radio tiene la virtud de poder llegar hasta el último rincón de la geografía del país: se convierte este medio, muchas veces en muchos lugares, en el único medio de información que tiene la población. Adicionalmente, la radio tiene la capacidad de contribuir a articular a los sectores entre sí y vincularlos con propuestas y proyectos de alcance nacional.

En este sentido, el diseño de un programa de radio, es necesario, ya que en el mismo se encuentra un vínculo informativo que cubre las exigencias de un público; lo que conlleva a crear un canal que difunda información sobre periódicos Nacionales e Internacionales, deportes, cultura general, música, arte, cine, entre otros. Porque de esta manera, se puede proporcionar información actual, dinámica y entretenida de los sucesos y eventos que se generan, puesto que la ciudadanía, considera a la radio como un medio confiable y de gran calidad.

De allí, la importancia de su realización, ya que se estaría aportando un medio divulgativo que enriquezca y dé al radio escucha las herramientas pertinentes para su progreso, educación y desarrollo, dentro de un sistema comunicacional que garantice un flujo informativo libre, permanente, fidedigno y plural, y una amplia confrontación de opiniones que proporcionen al ciudadano suficientes elementos de juicio para permitirle la toma de decisiones conscientes en su participación en la esfera de lo público .

Fundamentación

Para el desarrollo de la propuesta se recurrió a la investigación de campo a través de instrumentos de recolección de datos, los cuales pudieron dar a conocer la opinión de estudiantes de comunicación social, generando con ellos el logro de los objetivos planteados en la presente investigación.

Así mismo, se realizó una revisión bibliográfica, donde se consultaron diversos autores en materia de comunicación, deporte, diseño, medios de información, entre otros.; las cuales fueron desarrolladas en las bases teóricas que sustentan la investigación.

En ese sentido, siendo la comunicación la mejor herramienta que ha obtenido el hombre para transmitir cada una de sus necesidades y deseos, cabe destacar, la afirmación de Dragnic (1994) tomando la comunicación como una acción que produce un efecto mediante la participación de uno o varios individuos a través de estímulos y experiencias obtenidas de su entorno y lo hacen utilizar los mecanismos que tienen en común. (p. 56).

Lo que permite entender de manera clara, que la propuesta sirve como estímulo e invita a participar a los individuos de manera integrativa en la sociedad a la cual corresponden, aumentando así, a través de las experiencias ajenas y hechos, logros de manera colectiva e individual.

De este modo, se logra satisfacer la necesidad de informar y estar informado. Como lo afirma Alcoba (1999), pues asevera que las herramientas comunicacionales son un estadio de necesidad comunicativa reclamada por la sociedad, (p. 23). La conclusión de lo manifestado es la resultante de la enorme carga de comunicación proporcionada por el deporte, gracias a su ventaja de ser una actividad abierta.

Estructura de la propuesta

El diseño de un programa de radio debe ajustarse a una serie de eventos, ya que al pensar en la audiencia radial se tiende a asociarla con "la masa", con los oyentes que están del otro lado del receptor.

Para ampliar las posibilidades de llegar a un mayor número de oyentes debe seleccionarse la población local a un grupo específico de seres humanos, con gustos y disgustos,

sentimientos, necesidades concretas, problemas, hábitos, etc; hombres y mujeres, cansados de escuchar siempre lo mismo, a la espera de un chispazo de creatividad, de buenas propuestas, de algo diferente.

- Audiencia:
- Edades:
- Ubicación geográfica:
- Grupo social:
- Gustos, preferencias:
- Necesidades:
- Características culturales:

Mientras más detalles conocemos de la audiencia mejor será el resultado de la planificación. En definitiva, el grupo objetivo que se escoja determinará las características del programa, los temas, los recursos y el formato.

Planificación Estratégica

Misión

La misión de esta propuesta es fortalecer la radiodifusión a través de un programa, en donde se proyecta la labor de formación, información y entretenimiento, orientada además a trascender las fronteras de sus áreas, para contribuir al crecimiento de la ciudadanía y al fortalecimiento de sus relaciones con el entorno.

Visión

La propuesta pretende diseñar un programa radial de corte variado, con el propósito de satisfacer las necesidades informativas y de entretenimiento por parte de los seguidores del mismo.

Objetivos

- Brindar al radio escucha una herramienta comunicacional de gran penetración y alcance.

- Informar sobre los sucesos, actos y eventos desarrollados dentro de la geografía nacional e internacional.

- Brindar a través de un programa radial elementos culturales, educativos y recreativos a sus seguidores.

Nombre del Programa Radial

Brújula internacional Parlamentaria

Política

El programa, persigue como objetivos principales ampliar la gamma informativa sobre el acontecer nacional e internacional orientado hacia la Comunicación para el Desarrollo, manteniendo su carácter objetivo, respetando las diferentes ideologías y perspectivas.

Además, se respetará el derecho a la libertad de expresión y de igual manera se prohíbe las ofensas, ni descalificaciones a personas e instituciones sin presentar las pruebas.

Línea periodística

El programa se apegará al deber y al derecho de informar, educar y entretener de una manera seria y clara, guardando el principio de información veraz en todos los acontecimientos referidos en la información presente que tengan relación a los eventos, logros, aportes y factores económicos.

Target

La revista va dirigida a toda la población interesada en conocer información relacionada al ámbito nacional e internacional.

Géneros periodísticos

La información será presentada a través de noticias informativas, reportajes informativos, artículos de opinión,, entrevistas, crónicas, entre otros.

Contenido

El programa consta de cuatro negros y tres cortes comerciales.

Negro 1: de 9:00 AM a 9: 12

Noticias de las primeras planas de los periódicos Nacionales e Internacionales (siempre los titulares de noticias del mundo)

CORTE (PAUSA MUSICAL)

Negro 2 de 9:15 a 9:30

Noticias de la otra cara del mundo: en este bloque se comentan las noticias del Centro de Noticias ONU, noticias ecológicas de Greenpeace. Com.es, Derechos humanos etc.

CORTE (PAUSA MUSICAL)

Negro 3: de 9: 35 a 9:50

Deportes: las noticias mas resaltantes sobre el deporte nacional e internacional

CORTE (PAUSA MUSICAL)

Negro 4: 9:53 A 10:00 AM

Sección cultural, temas de cultura general, música, arte, cine, Entrevistas etc. Noticias sobre la agenda cultural en caracas.

DESPEDIDA.

Administración de Recursos

Para llevar a cabo la propuesta, es necesario contar con los recursos humanos, financieros y técnicos. Cada uno de estos recursos es impredecible ya que permitirán que el programa logre los objetivos propuestos.

Recurso Humano

Es el conjunto de individuos que trabajarán directamente en la realización del programa; es decir periodistas, locutores, productores, realizadores, directores, guionistas, operadores, asistentes, musicalizadores, técnicos, ingenieros.

Recurso Financiero

A través de fondos particulares o públicos.

Recurso Técnico

Para la realización del programa es necesario un equipo compuesto por la cabina radiofónica, locutorio, controles, consola de audio, computadoras, ecualizadores, monitor de audio.

Factibilidad

Luego de realizar el diagnóstico de las necesidades comunicacionales, la factibilidad puede analizarse a través de los aspectos: institucional y económico.

Factibilidad Institucional

Técnicamente el proyecto puede desarrollarse mediante la ayuda de empresas radiales que permitan la implementación del programa.

Factibilidad Económica

La factibilidad del mercado se verifica a través del logro de establecer un contacto publicitario para a través de ello obtener recursos que permitan su salida al aire.

CAPÍTULO VI

RECOMENDACIONES

Tomando en cuenta los resultados obtenidos se recomienda

La utilización de esta propuesta con fines educativos.

La participación por parte de las personas vinculadas al la actividad radial, para la elaboración del programa, ya que de esa manera intercambiarían ideas, opiniones y experiencias.

El apoyo de empresas y organizaciones para impulsar el programa radial con espacios publicitarios para cubrir los costos reproductivos.

La cooperación de las Instituciones a Universitarias para que impulsen y apoyen la realización de este tipo de investigación,

MATERIALES DE REFERENCIAS

- Balestrini, M. (1998). **Cómo elaborar el proyecto de investigación**. Caracas: Consultores Asociados Servicio Editorial.
- BALLESTEROS, Begoña (2005): "La Comunicación para el Desarrollo: concepto y problemas de aplicación en la Cooperación española". En: Revista Española de Desarrollo y Cooperación, N° 15, Otoño-Invierno 2005, pp, 7-20
- Bisquerra, R. (1989). **Métodos de investigación educativa**. Barcelona, España. Ediciones CEAC, S.A.
- Cabero, J (1999), **“Medio audiovisuales y Nuevas tecnologías para la formación en el siglo XXI”** Editorial DM. Murcia.
- Calandria (2005). **Comunicación y desarrollo local**. Lima, Calandria.
- Constitución Bolivariana de Venezuela**. (Marzo 24, 2000). Gaceta oficial de la República Bolivariana de Venezuela (5.4539
- Delgado Cañizares, M (2001) **“Sistema de radio y televisión”** Editorial Paraninfo. Madrid.
- Díaz, E. (1998). **40 años de comunicación social en Venezuela**. Congreso de la República.
- Drágnic, O. (1994) **Diccionario de Comunicación Social**. Caracas. Panapo C.A.
- González, S. (1991). **“Periodismo: la teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación”**, Editoriales Trillas
- Hernández, R. y otros. (1998). **Metodología de la investigación**. México: Ediciones McGraw Hill.
- Hurtado, B. (1995) **Proceso Metodológico y Diseño de Investigación**. Caracas

Jiménez, J. (2000) **El proceso de la Investigación** (1ª edición). Venezuela: Editorial.

Morles, V. (1994). **Planeamiento y análisis de investigaciones**. Caracas, Universidad Central de Venezuela. Edición de la Facultad de Humanidades y Educación.

Paoli, A. (1998) **Comunicación e Información Perspectiva Teórica**. (3ª edición) México. Editorial: Trillas.

Pasquali, A. (1990a) **Comunicación y Cultura de Masa**. (6ª edición) Venezuela Editorial: Monte Ávila Editores.

Pedrero, LM (2000) **“La radio musical en España, historia y análisis**. Editorial Instituto Oficial de Radio y Televisión. Madrid

Sabino, C. (1992) **Como hacer una Tesis**. Caracas: Panapo.

Sullivan, J. (1992) **La Comunicación Humana**. (2ª edición). Caracas: C y C Editores.

Tamayo y Otros (1995) **El Proceso de la Investigación Científica**. (3ª edición). México: Editorial Limusa, S. A.

Terrou, F. (1969). **La información**. Caracas, Venezuela. Monte Ávila Editores.

Universidad Pedagógica Experimental Libertador UPEL (2004), **Manual de Grado de Especialización y Maestría de Tesis Doctorales**. Caracas

Yáñez, E. (1998) **Diseño de una Revista Especializada en el Diseño Gráfico, expuesto en la Universidad Central de Venezuela**. Trabajo especial de grado no publicado. Universidad Central de Venezuela, Caracas

ANEXOS

ANEXO A

CUESTIONARIO

Estimado Ciudadano

El presente instrumento será utilizado para la realización de una investigación, cuyo propósito es recoger información para realizar una investigación en los datos obtenidos son necesarios para realizar una investigación de un Trabajo Especial de Grado.

Usted fue seleccionado para participar en este estudio, al ser su opinión de gran apoyo, para la investigación, por lo que se le solicita algunos datos, siendo sus respuestas de carácter confidencial y serán utilizadas exclusivamente para complementar este trabajo. Su identidad no será conocida por lo que se le agradece la mayor sinceridad.

Gracias por su colaboración

INSTRUCCIONES

A continuación, se le presentan una serie de alternativas, los cuales debe responder con una equis (X) la alternativa que más considere se ajusta a su opinión (sólo una opción). Se le agradece la mayor sinceridad posible en sus respuestas. De antemano muchas gracias por su colaboración.

1. De estos medios de comunicación cual considera que abarca mas población:
 - a. **La revista** ()
 - b. **La radio** ()
 - c. **La prensa** ()
 - d. **La televisión** ()
 - e. **La Internet** ()

2. De estos medios de comunicación cual considera que acapara mas la atención de los usuarios :
 - a. **La revista** ()
 - b. **La radio** ()
 - c. **La prensa** ()
 - d. **La televisión** ()
 - e. **La Internet** ()

- 3.- **con que frecuencia escucha la radio**
 - a. **Muy alta** ()
 - b. **Alta** ()
 - c. **Mediana** ()
 - d. **Poca**
 - e. **Muy poca** ()

- 4.- En que momento del día escucha la radio:
- a. **Por las mañanas** ()
 - b. **Al mediodía** ()
 - c. **Por las tardes** ()
 - d. **Por las noches** ()
 - e. **De madrugada** ()
5. El público mas atento a los programas radiales son:
- a. **Profesionales** ()
 - b. **estudiantes** ()
 - c. **Amas de casa** ()
 - d. **Choferes**()
 - e. **Todo público**()
6. Considera que los programas de radio fundamentalmente deben estar dirigido a los:
- a. **Adolescentes** ()
 - b. **Adultos Jóvenes** ()
 - c. **Adultos Maduros**()
 - d. **Tercera edad** ()
 - e. **Todo publico** ()
7. Considera interesante un programa radial con contenido de:
- a. **Deportes** ()
 - b. **Noticias** ()
 - c. **Arte** ()
 - d. **Música** ()
 - e. **Variado**()
8. Los programas de radio que captan mayor cantidad de oyentes son de corte:
- a. **Informativo** ()
 - b. **Musical** ()

- c. **Humorístico** ()
- d. **Opinión** ()
- e. **Híbrido** ()

9. Considera que la radio capta un número significativo de oyentes:

- a. **Muy de acuerdo** ()
- b. **De acuerdo** ()
- c. **Ni de acuerdo, ni en desacuerdo** ()
- d. **En desacuerdo** ()
- e. **Muy en desacuerdo** ()
- f.

10. Considera de mucha importancia la inclusión en la radio de programas con temas variados:

- a. **Muy de acuerdo** ()
- b. **De acuerdo** ()
- c. **Ni de acuerdo, ni en desacuerdo** ()
- d. **En desacuerdo** ()
- e. **Muy en desacuerdo** ()
- f.

11. Los programas actuales de radio cubren sus aspiraciones como radio escucha:

- f. **Muy de acuerdo** ()
- g. **De acuerdo** ()
- h. **Ni de acuerdo, ni en desacuerdo** ()
- i. **En desacuerdo** ()
- j. **Muy en desacuerdo** ()
- k.

12. Considera usted que el éxito de programa de radio depende del moderador o locutor:

- a. **Muy de acuerdo** ()
- b. **De acuerdo** ()
- c. **Ni de acuerdo, ni en desacuerdo** ()
- d. **En desacuerdo** ()

e. **Muy en desacuerdo** ()

13. Considera usted que el éxito de programa de radio depende del contenido del mismo:

- a. **Muy de acuerdo** ()
- b. **De acuerdo** ()
- c. **Ni de acuerdo, ni en desacuerdo** ()
- d. **En desacuerdo** ()
- e. **Muy en desacuerdo** ()

14. Considera que el contenido de los programas de radio influyen el comportamiento de los oyentes::

- a. **Muy de acuerdo** ()
- b. **De acuerdo** ()
- c. **Ni de acuerdo, ni en desacuerdo** ()
- d. **En desacuerdo** ()
- e. **Muy en desacuerdo** ()

15. Considera que el contenido de los programas de radio influyen en la opinión de los oyentes::

- a. **Muy de acuerdo** ()
- b. **De acuerdo** ()
- c. **Ni de acuerdo, ni en desacuerdo** ()
- d. **En desacuerdo** ()
- e. **Muy en desacuerdo** ()

16. Un programa radial especializado en difundir y promover información es necesario para elevar la visión del mundo:

- a. **Muy de acuerdo** ()
- b. **De acuerdo** ()
- c. **Ni de acuerdo, ni en desacuerdo** ()
- d. **En desacuerdo** ()

e. **Muy en desacuerdo** ()

17. Los actuales recursos comunicacionales que posee la radio satisfacen las necesidades de difundir y promover los diversos eventos, aportes, logros, entre otros:

a. **Muy de acuerdo** ()

b. **De acuerdo** ()

c. **Ni de acuerdo, ni en desacuerdo** ()

d. **En desacuerdo** ()

e. **Muy en desacuerdo** ()

18. Considera que la radio es un medio de comunicación para el desarrollo de las masas:

a. **Muy de acuerdo** ()

b. **De acuerdo** ()

c. **Ni de acuerdo, ni en desacuerdo** ()

d. **En desacuerdo** ()

e. **Muy en desacuerdo** ()

19. Considera que la radio puede ser el medio de comunicación más importante para la educación de las masas.

a. **Muy de acuerdo** ()

b. **De acuerdo** ()

c. **Ni de acuerdo, ni en desacuerdo** ()

d. **En desacuerdo** ()

e. **Muy en desacuerdo** ()

GRACIAS POR SU COLABORACION

ANEXO B
FORMATO VALIDEZ DEL EXPERTO

Identificación del Experto:

Nombres y Apellidos: _____

Nivel Académico: _____

Datos de la Investigación:

1. Título:

LA ESTRUCTURACIÓN DE UN ESPACIO DESTINADO A TEMAS RELACIONADOS CON LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO EN EL MARCO DEL PROGRAMA RADIAL “BRÚJULA INTERNACIONAL PARLAMENTARIA

2. Objetivo General:

Proponer la estructuración de un espacio destinado a temas relacionados con la comunicación para el desarrollo en el marco del programa radial “Brújula Internacional Parlamentaria

3. Escala Valorativa empleada.

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

Juicio del Experto.

Instrumento para la validación del cuestionario dirigido a los docentes.

				Apreciación Cualitativa		
				Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento						
Claridad en la redacción de los ítems						
Pertinencia de la variable con los indicadores.						
Relevancia del contenido.						
Factibilidad de aplicación.						
Apreciación Cualitativa				Observaciones		
Ítems	Bueno	Regular	Deficiente			
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						

ANEXO C

CONFIABILIDAD COEFICIENTE DE CRONBACH

1	6	6	5	6	6	29
2	5	6	6	6	5	28
3	6	4	4	6	5	25
4	4	5	5	6	5	25
5	6	3	4	5	4	22
6	2	3	3	5	6	19
7	4	4	4	6	5	23
8	2	4	5	6	5	22
9	2	3	4	5	1	15
10	2	2	3	2	2	11
11	4	5	5	6	5	25
12	2	3	4	5	1	15
13	4	5	5	6	5	25
14	6	6	5	6	6	29
15	4	5	5	6	5	25
16	6	6	5	6	6	29
17	4	5	5	6	5	25
18	5	6	6	6	5	28
19	5	6	6	6	5	28
Σ	79	87	89	106	82	448
X	15,8	17,4	17,8	21,2	16,4	89,9
S ²	48,9	60,82	61,44	89,0	50,10	52,22
S	22,1	25,06	25,58	30,4	22,85	56,51

$$r = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right) \quad r = \frac{5}{4} \frac{52,22}{56,51}$$

r= 0.90

ANEXO D

MODELO DE PROGRAMA

NEGRO I 9:00 AM

Presentación: (cortina del programa)

Muy buenos días a todos nos queridos oyentes bienvenidos a su Programa Brújula Internacional Parlamentaria, su guía radial sobre el acontecer internacional.

Este programa llega a Uds. gracias a nuestro operador de audio Luis Sánchez, a la Dirección general de la estación Sr Héctor Sanzana y gracias Restaurant Casa Cortez... El mejor club de amigos...

TITULARES DEL MUNDO

Iniciamos nuestro recorrido internacional de hoy con los titulares del día.

EL NACIONAL

EL UNIVERSAL

PRIMERA HORA

EL PAIS DE ESPAÑA

CORTE I: 9:12 AM

NEGRO II : 9:15 (CORTINA DEL PROGRAMA)

ANALISIS DEL DIA Y DESARROLLO DE LAS NOTICIAS DEL DIA.

CORTE II: 9:25 AM (PAUSA MUSICAL)

TWIST AND SHOUT : THE BEATLES

NEGRO III: 9:30 (cortina)

NOTICIAS DE LA OTRA CARA DEL MUNDO

CENTRO DE NOTICIAS ONU

ONU aplaude nuevo tratado de reducción de armas estratégicas entre Rusia y EEUU

08 de abril, 2010 El Secretario General de la ONU, Ban Ki-moon, describió el nuevo Tratado de Reducción de Armas Estratégicas firmado hoy por los líderes de Rusia y

Estados Unidos, como un hito en los esfuerzos internacionales por alcanzar el desarme nuclear.

En un comunicado, Ban encomió a los mandatarios de ambos países, Dimitry Medvedev y Barack Obama, por este paso, que crea una atmósfera propicia para la Cumbre sobre Seguridad Nuclear que se celebrará en Washington el próximo 12 de abril.

El acuerdo, conocido por sus siglas en inglés START, fue firmado en Praga, la capital checa, y establece el compromiso de Estados Unidos y Rusia de reducir en un tercio sus respectivos arsenales nucleares.

Por su parte, el director general del Organismo Internacional de Energía Atómica (OIEA), Yukiya Amano, acogió con beneplácito el nuevo tratado y sostuvo que la reducción de la función y el número de armas nucleares de esos países es un avance hacia un mundo seguro y pacífico, libre de ese tipo de armas.

08 de abril, 2010

El Secretario General de la ONU, Ban Ki-moon, designó hoy al diplomático Ján Kubiš, como enviado especial de Naciones Unidas para Kirguistán, tras la ola de violencia suscitada en ese país durante los últimos días.

Al anunciar el nombramiento, Ban volvió a urgir a las partes implicadas al diálogo y a la calma para evitar un mayor derramamiento de sangre.

Ján Kubiš, actual secretario ejecutivo de la Comisión Económica de la ONU para Europa (UNECE), viajará a Kirguistán mañana, informó Ban.

En su nueva capacidad, Kubiš trabajará en conjunto con el enviado para ese país de Asia Central de la Organización de Seguridad y Cooperación Europea (OSCE), Zhanibek Karibzhánov.

Según informaciones preliminares, la violencia de los dos últimos días en Kirguistán entre las fuerzas públicas y los opositores al gobierno habría dejado más de 70 muertos y más de mil heridos.

Los enfrentamientos se produjeron en distintas ciudades, incluida la capital Bishkek, durante manifestaciones de protesta contra el presidente Kurmanbek Bakiyev, a quien acusan de corrupción y nepotismo.

Los opositores, algunos de los cuales portaban barras metálicas y rifles automáticos, pedían la destitución del mandatario y tomaron varios edificios de gobierno.

ANALISIS

La revuelta de Kirguistán de 2010 es una serie de disturbios civiles que se han suscitado en varias ciudades de este país del Asia Central. La principal causa de las protestas es el descontento popular con el presidente Kurmanbek Bakiyev al frente de la situación económica y las libertades democráticas. Los manifestantes tomaron el control del gobierno

en la ciudad de Talas el 6 de abril y el 7 de abril luego de enfrentarse con la policía tomaron el control de la capital Bishkek. Se han confirmado 65 muertos y 400 heridos.^{1 2}

En la noche del día 7 se reportó la huida del presidente Bakiyev hacia la ciudad sureña de Osh, donde se está reorganizando para una eventual resistencia. Mientras que en la capital, los líderes opositores instalaron un gobierno transitorio liderado por Roza Otunbayeva,^{3 4} que controla casi todo el país excepto las provincias de Osh y Jalal-Abad, que están aún bajo el control de Bakiyev.⁵

República Democrática del Congo: UNESCO condena asesinato de periodista

08 de abril, 2010 La Organización de la ONU para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) condenó hoy el asesinato del periodista de televisión Patient Chebeya Bankome, perpetrado el pasado 5 de abril en la ciudad de Beni, en la República Democrática del Congo.

Irina Bokova, directora general del organismo, repudió el crimen y sostuvo que los ataques a periodistas y trabajadores de los medios de comunicación son agresiones inaceptables a todos los miembros de la sociedad.

“La libertad de expresión es un derecho fundamental y la libertad de prensa es esencial para que tanto los ciudadanos como los líderes políticos mantengan un debate y tomen decisiones con base en información veraz”, apuntó Bokova.

Por otra parte, confió en que las autoridades encuentren a los responsables, los procesen penalmente y tomen medidas para evitar más violencia contra la prensa.

Patient Chebeya Bankome, mejor conocido como Montigomo, fue muerto a tiros en su casa en Beni por tres individuos que vestían uniformes militares.

El periodista, de 35 años, era camarógrafo y trabajaba para varias cadenas de televisión en la provincia de Kivu del Norte.

Según la organización no gubernamental congoleña "Journaliste en Danger", Montigomo es el sexto periodista asesinado en el este del país del 2005 a la fecha y todos permanecen impunes.

ANALISIS

En el Congo oriental, la prevalencia y la intensidad de la violación y otros actos de violencia sexual se describe como el peor en el mundo. Un informe de [2006](#) de la *Asociación Africana para la Defensa de los Derechos Humanos* elaborado para esa Comité proporciona una amplia visión de conjunto de los problemas a que enfrentan las mujeres en la República Democrática del Congo tanto desde el punto de vista de la legislación como en la vida cotidiana. Las mujeres han sido violadas durante la guerra y se mantienen posteriormente como esclavas de los soldados. Cuando las mujeres son liberadas, la mayoría de los hijos que dejan son asesinados o controlados en un hospital, donde morirán.

PNUMA auspicia reunión para discutir transición hacia “economía verde”

08 de abril, 2010 Más de 600 expertos de 75 países se reúnen a partir de este jueves en Ginebra para analizar el impacto social y ambiental de la transición hacia una economía verde.

El objetivo del encuentro, auspiciado por el Programa de la ONU para el Medio Ambiente (PNUMA), es presentar herramientas y métodos para que los países puedan identificar mejor las inversiones económicas sustentables más urgentes.

Los participantes se centrarán en los sectores agrícola, industrial, turístico, urbano y del transporte.

Durante la reunión de seis días, también se compartirán ideas y experiencias sobre cómo abordar este complejo asunto que concierne a todas las naciones del planeta.

Rwanda: ONU pide justicia para víctimas de genocidio

07 de abril, 2010 Naciones Unidas está empeñada en que se haga justicia a las 800.000 víctimas del genocidio en Rwanda, dijo el Secretario General de la Organización en un mensaje con motivo del décimo sexto aniversario de esa atrocidad.

Ban Ki-moon instó a los Estados miembros de la ONU a cooperar con el Tribunal Penal Internacional para el país africano en la detención y entrega de los 11 acusados que quedan prófugos.

Destacó que los veredictos de esa corte y acciones similares han dejado muy claro a los genocidas y genocidas en potencia que sus crímenes no quedarán impunes.

“Hoy, la mejor manera de recordar a quienes perdieron la vida tan trágicamente en Rwanda, es comprometiéndonos a prevenir el genocidio”, acotó el Secretario General.

CORTE III: 9:40 (PAUSA MUSICAL)

TEMA: JUEGA BIEN TUS CARTAS: AUTOR VINILOVERSUS

NEGRO IV

UNIVERSO CULTURAL

El color verde es usado como emblema de la ecología. De hecho son muchos los productos y artículos que presumen ser ecológicos utilizan el color verde para resaltar su amabilidad con el medio ambiente. Sin embargo un informe que hace el químico alemán Michael Braungart a The New York Times explica que teñir el plástico de verde o imprimir tinta verde sobre papel es inevitablemente contaminante.

El coautor del libro sobre diseño sostenible Cradle to Cradle, Braungart, explica que el verde es un color tan difícil de obtener que muchas veces se usan sustancias tóxicas para

estabilizarlo. Así, plásticos y papeles verdes no pueden ser reciclados de forma segura, pues pueden contaminar todo aquello con lo que estén en contacto.

¿Sabías que...

En Venezuela hay tres sitios que han sido declarados Patrimonios de la Humanidad por la Unesco:

Coro y su Puerto, declarado por la Unesco en 1993.

Parque Nacional Canaima, declarado por la Unesco en 1994. En estas elevadas mesetas y profundas quebradas se encuentran variedad de ambientes, biodiversidad y diversas formaciones geológicas. Son tres millones de hectáreas, y en la zona occidental predominan las sabanas, mientras que hacia el este se halla la laguna de Canaima, Auyán-tepui y Kavac. El mayor atractivo del Parque Nacional Canaima es el Salto Ángel.

Ciudad Universitaria de Caracas declarado por la Unesco en 2000.

¿Sabías que...

el Orinoco es el mayor de los ríos venezolanos, y que su caudal es muy considerable en los períodos de crecida, en que alcanza los 50.000 m³/seg.?

¿Sabías que...

en 1917 se descubrió petróleo en Venezuela, convirtiendo al país en un importante proveedor de petróleo? Una significativa porción de los campos petroleros se encuentra en y alrededor el Lago Maracaibo, dando singular importancia al Golfo de Venezuela (también conocido como Golfo de Maracaibo) en el comercio petrolero.

AGENDA CULTURAL CARAQUEÑA (VER PRENSA NACIONAL)

DESPEDIDA: (cortina del programa de fondo)

Hasta aquí su programa Brújula Internacional Parlamentaria su guía radial por los escenarios internacionales. En los controles nuestro operador de audio Luis Sánchez, en la Gerencia general de la estación Héctor Sanzana Gómez, y quienes tuvieron el inmenso placer de acompañarles a esta hora. Noris Argotte, Mariel Rodríguez y Debora Erlich....