



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**



**ANÁLISIS DE LA FALTA DE PROGRAMACION EN LA EMPRESA  
RADIAL “PARIS”  
CON LA PROPUESTA DE LA  
CREACIÓN UN REALITY SHOW**

Proyecto de grado que se presenta como requisito para  
optar por el título de Licenciada en Comunicación Social.

**Autor:** Maricela Pérez Carpio

**Tutor:** Lcdo. Fernando Rendón MSc.

Guayaquil

Ecuador

Agosto del 2012

## **CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de tutor de la Facultad de Comunicación Social, por el presente:

### **CERTIFICO**

Que he analizado el proyecto de trabajo de grado presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el grado Licenciada en Comunicación Social.

-----

-----

Tutor: Lcdo. Fernando Rendón MSc.

Guayaquil

Ecuador

Agosto del 2012

## **APROBACIÓN DE LA SUSTENTACIÓN**

Los miembros designados para la sustentación aprueban el Trabajo de titulación sobre el tema:

Análisis de la falta de programación en la empresa radial "París" con la propuesta de la creación un reality show

Del egresado:

**MARICELA PEREZ CARPIO**

De la Facultad de Comunicación Social

Guayaquil, de Agosto del 2012

Para constancia Firman

---

---

## **ACTA DE RESPONSABILIDAD**

El egresado de la Facultad de comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, Señorita Maricela Pérez Carpio, deja constancia escrita de ser la autora responsable de la tesis presentada, por lo cual firma:

---

C.I.: 120601659-2

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

La responsabilidad del contenido de este trabajo de titulación me corresponde exclusivamente a mi; y al patrimonio intelectual de la misma Universidad de Guayaquil.

---

## **DEDICATORIA**

A ti mi Divino Dios pues me dirigiste por el mejor camino de mi vida, y me distes la salud y sabiduría para alcanzar todas mis metas.

A mis padres quienes siempre creyeron en mí y me dieron todo el apoyo que necesitaba.

A mi hijo Luis Mateo quien me prestó el tiempo que le pertenecía para terminar mi carrera universitaria, con sus ojitos de cariño y dulzura me dieron la fuerza necesaria para estar de pie y con la cabeza en alto para enfrentar cualquier situación difícil. ¡Gracias, mi bb precioso!

A mi grupo de compañeras de clases quienes me brindaron el apoyo y la ayuda que necesitaba.

Los quiero

**Maricela.**

## ÍNDICE DEL CONTENIDO

<b>CARÁTULA</b> .....	i
<b>CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR</b> .....	i
<b>APROBACIÓN DE LA SUSTENTACIÓN</b> .....	ii
<b>ACTA DE RESPONSABILIDAD</b> .....	iii
<b>DECLARACIÓN EXPRESA</b> .....	iv
DEDICATORIA .....	v
ÍNDICE DEL CONTENIDO .....	vi
RESUMEN.....	ix
<b>ABSTRACT</b> .....	x
<b>SUMMARY</b> .....	x
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPITULO I .....	2
EL PROBLEMA .....	2
Planteamiento del problema .....	2
Ubicación del Problema en su contexto .....	2
Situación en conflicto .....	2
Causas del problema y sus consecuencias.....	2
Delimitación del problema .....	3
Formulación del problema .....	4
Evaluación del problema .....	4
Objetivos de la investigación .....	5
Justificación e importancia de la investigación .....	5
CAPITULO II .....	8
MARCO TEÓRICO .....	8
Antecedentes del estudio .....	8
Fundamentación Teórica .....	8

<b>Fundamentación Andragógica</b> .....	10
Fundamentación pedagógica .....	13
<b>Desarrollo</b> .....	16
<b>Conclusiones</b> .....	30
<b>Fundamentación legal</b> .....	30
<b>Hipótesis</b> .....	30
Variables de la investigación .....	31
Variable independiente .....	31
Variable dependiente .....	31
<b>CAPÍTULO III</b> .....	33
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	33
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	33
Modalidad de la investigación .....	33
Tipo de investigación .....	33
Población y Muestra .....	34
Instrumentos de investigación .....	34
Recolección de la información .....	34
Criterios para la validación de la propuesta .....	35
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	36
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS .....	36
LA ENCUESTA .....	36
<b>PROPUESTA DE GUÍA</b> .....	39
<b>1. Antecedentes</b> .....	39
<b>CAPÍTULO VI</b> .....	40
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	40
<b>Recomendaciones</b> .....	40



<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	41
ANEXOS.....	44
DATOS PERSONALES .....	45

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**

**Facultad de Comunicación Social**

**“ANÁLISIS DE LA FALTA DE PROGRAMACION EN LA EMPRESA RADIAL PARIS. CON LA PROPUESTA DE LA CREACIÓN DE UN REALITY SHOW”**

**Autor: Maricela Pérez Carpio**

**Tutor**

**RESUMEN**

El propósito de este trabajo de investigación es identificar y de mejorar la calidad de programación en la Radio Paris La empresa radial no sigue un formato ordenado de la programación destinada a los oyentes que son las personas más importantes de un medio de comunicación ya que a ellos se les ofrece lo mejor de entretenimiento, se encuentran totalmente desactualizados a la modernidad de la competitividad de las empresas radiales muy cercanas que llevan la delantera en programación, Debido a lo detallado del material investigado, se estudió la posibilidad de proponer un Reality Show ya que se han puesto de moda durante los últimos cinco años , con gran éxitos son producidos en varias partes del mundo , hace que se transforme en un tema de interés como fenómeno comunicacional y social, que de hecho son escuchados como agentes de distracción para las masas .El objetivo específicamente es transformar una programación diferente de lo habitual .Se utilizará el modelo exploratorio a través de la investigación de campo para recolectar datos que midan la comunicación actual y sentar las bases para la propuesta. Los beneficiarios será el talento ganador porque demostrara sus habilidades con profesionalismo en la programación radial y los oyentes la oportunidad de interactuar con un medio de comunicación que piensa y le gusta lo mismo que a ellos les gusta. Las herramientas a utilizarse será la encuesta realizada a jóvenes de una ciudadela de la ciudad de Vines que permitirá tener resultados muy acertados de lo investigado.

Comunicación

Comunicación  
masiva

Radio

Oyentes

# **ABSTRACT**

**UNIVERSITY OF GUAYAQUIL**

**Faculty of Social Communication**

**"ANALYSIS OF THE FAILURE OF THE COMPANY RADIO PROGRAMMING IN PARIS. PROPOSAL TO CREATE A REALITY SHOW "**

**Author: Maricela Perez Carpio**

**Guardian**

## **SUMMARY**

The purpose of this research is to identify and improve the quality of programming on Radio Paris radial The company does not follow an ordered format of programming for listeners who are the most important means of communication and that they offered the best of entertainment, are completely outdated to modern business competitiveness radio very close to taking the lead in programming, due to detailed research material, we studied the possibility of proposing a reality show as have become fashionable over the past five years with great success are produced in various parts of the world, makes it become a topic of interest and social communication phenomenon, which in fact are heard as agents of distraction for the masses. The aim specifically is to transform a different schedule than usual. exploratory model will be used by field research to collect data to measure the current communication and provide the basis for the proposal. The beneficiaries will be the winner because he demonstrated his talent with professional skills in radio programming and listeners the opportunity to interact with a media that thinks and likes the same thing they like. The tools used is the survey of youth in a citadel of the city of Vinces that will have very successful results of the investigation.

Mass communication

Communication

Radio

Listeners

## **INTRODUCCIÓN**

Radio Paris 103.9 es una empresa radial dedicada a informar y entretener a la colectividad vinceña, lleva 10 años al aire con un ritmo de música tropical, entre cumbias, merengues, reggaetón y ritmos nacionales, con una cobertura en toda la Provincia de los Ríos con una programación regular con muy poca aceptación por la falta de una programación innovadora.

Luego de realizar encuesta a los oyentes de dicha radio podemos constatar las falencias a no tener una buena programación que brinden una propuesta diferente que sea escuchada con agrado del público.

El propósito de realizar un reality show es para escoger propuestas diferentes de jóvenes profesionales que de seguro esta deseosos de hacer realidad sus sueños al ser el protagonista del reality. El propósito de llevar a cabo este proyecto es de Fortalecer el incremento de oyentes en esta empresa radial.

# **CAPITULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **Planteamiento del problema**

#### **Ubicación del Problema en su contexto**

La encuesta realizada a la ciudadela Los Mirtos de la Ciudad de Vinces arroja como resultado la falta de innovación y programas de calidad que transmite la empresa radial Paris Fm, que durante años está en decadencia al no ofrecer programas que vayan dirigido al oyente como algo especial que de hecho lo es, esta empresa no han decidido dar oportunidad a jóvenes profesionales con mucho talento para aplicar sus conocimientos y de esa obtener una variada programación .

El problema incide en la falta de visión y de inversión económica en eventos, proyectos, programación, renovación de imagen y estilo por parte de los administradores, lo cotidiano de la programación hace que el oyente no se interese o incentive por la sintonía.

#### **Situación en conflicto**

#### **Causas del problema y sus consecuencias**

##### **Causas**

- 1.- No hay inversión para para varios programas.
- 2.- No cuenta con una programación para todo público.

3.- Los profesionales no son incentivados económicamente.

4.- Los directivos no tienen visión para crecer.

### **Consecuencias**

Luego de examinar el árbol de problemas, que existe en este medio de comunicación radial, las consecuencias de no tener una buena programación son:

1. Incompetencia con otras estaciones de radio.
2. Los oyentes sintonizan otras frecuencias.
3. El personal no tiene la motivación de realizar bien su trabajo.
4. El no crecimiento institucional y profesional de la empresa y su ciudad.

### **Delimitación del problema**

**Campo:** Comunicación Radial

**Área:** Social

**Aspecto:**

**Tema:** Propuesta de un reality Show para mejorar la programación de la Radio Paris Fm.

**Problema:** No existe en la programación radial innovadora en la Radio Paris FM.

**Delimitación espacial:** Vinces – Ecuador

**Delimitación temporal:** Junio del 2012

**Población:** 71,736 habitantes

### **Formulación del problema**

¿Cómo realizar una programación diferente en la radio París FM? Con la propuesta de un Reality Show de manera temporal, pero con una programación duradera.

### **Evaluación del problema**

**Claro:** Los reality shows es un proceso claro ya que los oyentes son ojos de cristal que miran y analizan la programación sin olvidar que lo verdadero no es un punto de partida sino de llegada.

**Evidente:** Los oyentes de la estación radial investigada, manifestaron el interés ante el problema planteado, de la falta de programación que se les ofrece.

**Original:** en una indagación de reality shows en la televisión, conlleva aplicarlo en la radio ya que como resultado se obtiene el éxito, nace propuestas diferentes para la radio con talentos nuevos obteniendo como resultado un medio de comunicación con prestigio donde se brindara innovación.

**Relevante:** Considero la excelencia de los reality shows, pues no solo son consumidos por todo tipo de audiencia sino que también generan altos ingresos en comparación de otros formatos, gracias a los bajos costos que requiere su producción, y no cabe duda que como negocio.

**Realidad social:** En todo el mundo hay programas que se lo definen así concreto porque se muestra una realidad de forma atractiva al contar historias reales, las que tienen más relación con la vida misma. Y, puestos a ofrecer espectáculo, es decir a contar historias atractivas, emocionantes, bellas, conmovedoras... nada más espectacular que la propia realidad de los sueños de los participantes.

### **Objetivos de la investigación**

#### **Objetivos generales**

.

Desarrollar un proyecto radial innovador que guste de los oyentes.

#### **Objetivos específicos**

Brindar al oyente un programa de calidad.

Elaborar una programación variada con creatividad.

Diseñar el Modelo del concurso para escoger al participante que tenga más talento

Realizar entrevistas a profesionales involucrados en el tema, a partir de las cuales obtendré información pertinente.

Analizar los distintos tipos de audiencia al que va dirigido el programa.

#### **Justificación e importancia de la investigación**

Se han puesto de moda, durante los últimos cinco años, los programas radiales y televisivos en los que no participan actores profesionales que siguen un guión, con un director que les dice cómo



actuar y con el resto del equipo. Son programas en los que algunos personajes considerados interesantes por los productores de un canal televisivo, y medio radial son juntados en un ambiente peculiar, donde normalmente tienen que hacer algo.

Son conocidos como “Reality Shows”, es decir, programas de realidad. Se supone que los personajes hacen lo que normalmente harían en las circunstancias en las que se ven envueltos, y ambientes que permitiría al oyente tener una idea imaginativa de la realidad.

El gran éxito de estos programas, que son producidos en varias partes del mundo, hace que se tornen un tema de interés como fenómeno comunicacional y social. Pueden ser escuchados como “agentes de distracción” para las masas.

Se pretende encontrar la respuesta a la siguiente pregunta: ¿Son los reality shows una forma efectiva de distraer a la sociedad de los problemas y conflictos de la misma sociedad y del mundo?

El objetivo es determinar, desde un punto de vista post-modernista, si los reality shows pretenden ser un medio de distracción para la sociedad y hasta qué punto llegan a serlo. Específicamente descubrir los aspectos fundamentales de este tipo de programas, indagar qué es lo que hace que tengan tanto éxito entre los oyentes, y se transforme en una programación diferente a la habitual.

Es por eso que el siguiente trabajo se basa en una investigación que pretende realizar un análisis profundo de la programación radial de la ciudad de Vinces, trazándome como meta incursionar en el mercado con un proyecto diferente que tenga como resultado al talento ganador aplicar una nueva programación en la estación radial y de esa manera

brindarles a los oyentes la oportunidad de interactuar con un medio que piensa y le gusta lo mismo que a ellos les gusta.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **Antecedentes del estudio**

La investigación se fundamenta con la falta de creatividad al realizar una programación de calidad para sus oyentes, con la propuesta de un Reality Show, como resultado mejorar la programación cotidiana.

#### **Fundamentación Teórica**

Desde nuestro punto de vista creemos que todo lo que esta relacionado con el suceso que son los realities en nuestro país se debe a que todo el mundo que esta pendiente de estos programas se identifica con lo que sucede, está expectante de las cosas que le puedan pasar al participante asumiendo como propias a todas esas cosas. El ser humano por su naturaleza esta permanentemente interesado en la vida privada de la gente, es uno de los más bajos instintos que no se puede remediar. Debemos considerar que con los tiempos que corren, el acceso a la información es mucho mas simple y directo haciendo que ver la vida de una persona encerrada que es para el espectador totalmente desconocida sea algo de todos los días.

Como se verá más adelante en este trabajo nosotros sabemos que siendo futuros productores este formato de programa es lo que esta pegando y no va a parar, es un espacio en constante crecimiento debido a esas características tan especiales que lo benefician.

Cabe agregar que también a partir de estos programas toda la programación de un canal se puede modificar solamente para ir con la corriente de lo que es que está pegando fuerte en la televisión y la radio. Todos los típicos programas de la tarde son magazines que están en un 70% centrado en el reality que ese canal emite y esto hace que la cantidad de información y recursos que se pueden encontrar en un canal público de televisión sean escasos en contenido.

Es muy llamativo y es digno de mencionar que los personajes "famosos" quedaron de lado en cierto sentido. Ahora la experiencia y la trayectoria se desvanecen ante ciertos "extraños" que deben competir para llegar a un premio.

Esto se debe a que los reality shows cuentan con varios puntos a destacar, como:

- Cuestan poco: Los costos se amortizan rápidamente debido a la comercialización de los derechos a televisoras internacionales, las ganancias obtenidas vía merchandising y la venta de espacios comerciales en el programa y con los participantes. Además las locaciones son reutilizables. Por ejemplo las 3 emisiones de Gran Hermano se realizaron en la misma casa, el costo de armado de la estructura fue uno solo, lo que fue variando es el decorado interior, lo cual es mucho más barato que comprar los materiales para construir la casa tres veces. Además, los participantes no cobran un sueldo por participar en el reality, sólo el ganador recibe el premio que generalmente es una elevada suma de dinero, mientras el resto gana sus minutos de fama.
- Son versátiles: Un reality show se puede hacer con casi cualquier tema. Casi cualquier acción humana puede ser objeto del reality show. Los deportes, el sexo, la educación, la economía, la

política, el poder, la gastronomía, la religión entre otros pueden ser comercializados.

- Son altamente comercializables: Un reality show posee un modelo de negocio donde se puede vender el servicio de televoto, programas de lealtad (es decir, tarjetas especiales), souvenir conmemorativos, líneas de ropa, videos con "mejores escenas", posters, libros y otros productos. Y en caso de que el reality show tenga que ver con actividades como el canto y la actuación, entonces la venta se extiende a discos con lo mejor de los conciertos, melodías hechas ad hoc y boletos para presentaciones personales, conciertos especiales y merchandising anexo (tazas, playeras, etc.), sin mencionar que se puede comercializar la señal a empresas de televisión restringida como un servicio de valor agregado.
- Renueva el elenco de las televisoras: los participantes de los reality shows adquieren una fama casi inmediata al salir del juego, o aun estando dentro de éste. Esto hace que los programas de espectáculos siempre renueven las "celebridades" que intervienen en sus programas. Esto ahorra los costos (y el tiempo) invertidos al formar un actor profesional o un cantante que aproveche su talento de manera verdaderamente eficiente.
- Crean fuertes vínculos de lealtad entre la audiencia: el espectador se mantiene atento a lo largo de todo el show, participando activamente en los foros de debate, en los votos telefónicos, entre otros.

### **Fundamentación Andragógica**

- Podría referir decenas de charlas de este tipo, en donde las personas más o menos informadas tienen firmes opiniones sobre multitud de situaciones, asumen una postura que creen la más

acertada y norman su comportamiento con base en tales posturas y opiniones.

- Las personas por lo regular se enteran de lo que está pasando en el mundo a través de los medios de comunicación, la información de primera mano, es la que obtienen sólo en la medida y en los formatos en que los medios dan tratamiento al conjunto de asuntos que se privilegian y que constituyen la agenda temática de los medios. En realidad de lo que la gente se entera, es de lo que dicen los medios de comunicación que ocurre en el mundo, con las limitaciones de cada medio. En consecuencia, la gente está al tanto de una realidad social en cierto sentido creada por los medios, que, aunque tenga relación y referencia directa con la "realidad real" (valga la redundancia), no es propiamente dicha realidad, sino la realidad producida y adaptada según el formato de cada medio, es decir, la realidad de los medios, y a lo mejor no hay otra manera. La gente cree pues estar enterada de lo que pasa en su localidad, en la región, en el país y en el mundo, pero es un conocimiento un tanto sesgado o, en el mejor de los casos, sumamente parcial, ya que la gente ignora cómo se produce la noticia, las características técnicas de su elaboración, selección y tratamiento, así como buena parte de los códigos y metalenguajes que se utilizan en los medios a través de los cuales se difunde. Lo anterior no constituye ninguna novedad, ya se ha dicho y repetido, desde hace décadas, una y otra vez, por múltiples autores e investigadores que los medios tienen una gran capacidad para crear "realidades" y presentarlas a sus audiencias como "la realidad", y sería un debate gastado a no ser porque esta situación es del dominio de comunicadores y periodistas expertos y de algunos académicos versados en el tema, pero no para otros profesionistas y para el público masivo, por lo general, legos en la materia.

- Sería inexacto, sin embargo, pensar que cabe una actitud perversa y maquiavélica en el proceder de los medios, (con sus excepciones, claro). En su devenir, ajuste, desarrollo y proceso de profesionalización, los profesionales de la noticia y en general los medios de comunicación, hacen lo posible por ampliar y flexibilizar sus formatos, por presentar la información de manera objetiva (si cabe el término), clara, comprensible y desde diversos ángulos. Muchos periodistas se encuentran francamente comprometidos con su oficio y ponen su empeño y su talento para hacer el mejor periodismo posible, asumen un compromiso, por lo menos, con la credibilidad, en virtud de que de eso depende la vida de cada empresa informativa. No es el cometido de los medios, no obstante su capacidad para, sin duda alguna, formar criterios, educar y hacer escuela, servir propiamente como instancia educadora, en el sentido lato del concepto. Corresponde al ámbito académico, en todos sus niveles y modelos, asumir la responsabilidad de crear las condiciones para educar a las audiencias y ponerlas en capacidad de leer más allá de la nota periodística, para ver y escuchar con ojos y oídos críticos la versión radiofónica o televisiva de los noticiarios y también, para estar en capacidad de producir sus propios mensajes mediáticos.
- La preocupación que inspira esta participación, radica fundamentalmente en la falta de una estructura que comprenda, de manera incluyente, este componente de la formación académica en el ámbito de la educación superior en nuestras instituciones públicas, en sus modalidades universitaria y tecnológica y en general, en la educación terminal.
- Es verdad que en las últimas décadas se ha puesto un especial interés en incluir en los niveles elementales y medios de la educación, contenidos de educomunicación, incluso hay países donde esta es obligatoria, pero la pedagogía reviste

características distintas a la andragogía, y se ha descuidado, a nuestro parecer, la cuestión de la educación para los medios en el nivel universitario y extrauniversitario. Al menos eso hemos detectado en nuestras investigaciones en instituciones del norte de México.

### **Fundamentación pedagógica**

Con la presente investigación se persigue atenuar la insuficiente preparación de los estudiantes de Comunicación Social en cuanto al desarrollo de la locución como habilidad profesional. Se diseña una estrategia didáctica para el desarrollo de la locución, sustentada en el diagnóstico de la expresión oral del estudiantado, a partir del enfoque holístico configuracional, la pedagogía educativa o intercultural, las técnicas de locución y la radio educativa. En la investigación se emplearon métodos teóricos y empíricos, estos últimos se materializaron a través de la aplicación de instrumentos como la encuesta, la entrevista y la observación. El aporte práctico posibilita no solo el perfeccionamiento del proceso de enseñanza aprendizaje de la carrera de Comunicación Social en condiciones de universalización, sino que propicia el desarrollo de competencias profesionales en su proceso de formación que en la actualidad constituyen una carencia en el diseño curricular de esta especialidad. Por tanto se parte de la caracterización del estudiantado de Comunicación Social en la sede universitaria de Morón, así como del profundo análisis del nuevo modelo pedagógico de formación del profesional cubano, lo cual nos permitirá establecer el estado actual del problema y trazar las estrategias necesarias para alcanzar el estado deseado.

Palabra clave: COMPETENCIA ORALIDAD/Oralidad competente.

1-MsC, Licenciada en Español y Literatura Profesora Auxiliar



**"Educar es depositar en cada hombre toda la obra humana que le ha antecedido: es hacer a cada hombre resumen del mundo viviente, hasta el día en que vive, es ponerlo a nivel de su tiempo para que flote sobre él, y no dejarlo debajo de su tiempo con lo que no podrá salir a flote; es preparar al hombre para la vida".** (Martí, 1975: 281)

La teoría pedagógica de José Martí se nutre de lo más avanzado que le antecede en Cuba, América Latina, Europa y Estados Unidos, condicionada por la aparición del entonces incipiente Imperialismo. Su vasta cultura e inteligencia le permiten comprender que la educación en Hispanoamérica no se correspondía con las necesidades de sus pueblos, entonces se hacía necesario la preparación de hombres hábiles, útiles y creadores que pudieran actuar. Nadie queda excluido de su programa educacional y defiende la educación popular. Su finalidad era revolucionar la enseñanza. La escuela no debía transformarse en cuanto a la instrucción de conocimientos, pero sí en cuanto a la forma de enseñar y al respecto expresa: **"El mundo nuevo requiere la escuela nueva (...) debe ajustarse un programa nuevo de educación, que empiece en la escuela de primeras letras y acabe en una universidad brillante, útil, en acuerdo con los tiempos, estado y aspiraciones de los países en que enseña."** (Martí, 1975: 229)

Tal principio martiano mantiene su vigencia si consideramos que las nuevas condiciones del mundo contemporáneo, exigen a su vez profundas transformaciones en la educación. Continúa siendo una necesidad la preparación de los niños, adolescentes y jóvenes en un proceso formativo integral que se extienda desde la escuela primaria hasta la universidad para la defensa del suelo patrio. Ante este mundo unipolar y globalizado, la escuela cubana está obligada a responder al reclamo de la sociedad de desarrollar la personalidad de los ciudadanos,

formando hombres y mujeres integrales e implicadas con los más altos valores humanos. Tal reto implica una concepción educativa desarrolladora, cuyo soporte teórico esencial sea el del enfoque histórico cultural de Vigotsky. Dicha corriente pedagógica contempla como concepto básico, la Zona de Desarrollo Próximo (ZDP) que al decir de su autor consiste en **"... la distancia entre el nivel real de desarrollo determinado por la capacidad de resolver un problema y el nivel de desarrollo potencial, determinado a través de la resolución de un problema bajo la guía de un adulto o en colaboración con otro compañero más capaz."** (Vigotsky, 1976: 7)

Pese a las medidas adoptadas por el reordenamiento económico de la sociedad cubana[1] la enseñanza universitaria actual no ha cesado en su empeño de llegar al mayor número de personas, garantizando desde los primeros años de la carrera el vínculo imprescindible con los modos de actuación de la profesión; desde sus aspectos más simples y elementales, hasta aquellos más complejos y que demandan mayor nivel de preparación. Solo de ese modo se aseguran las competencias necesarias para su futuro desempeño profesional.

El término de formación profesional se emplea para caracterizar no solo los conocimientos necesarios para el desempeño de determinada profesión, sino que tiene en cuenta también sus dimensiones: instructiva, desarrolladora y educativa, es decir **"... el modo en que un proceso puede ser estudiado, analizado, desde diferentes posiciones, enfoques, en correspondencia con un propósito particular en cada caso."** (Horruitinier, 2006: 17)

La carrera de Comunicación Social precisa en su proceso de formación de acciones dirigidas al desarrollo y fomento de habilidades para el desempeño de la locución, razón por la cual constituye una necesidad la apropiación por parte del estudiantado de este modo de actuar

profesional, y a la vez de los fundamentos de las ciencias bases de dicha actuación, contradicción pedagógica aún no resulta en el proceso de enseñanza aprendizaje de esta carrera en condiciones de universalización.

El comunicador social tiene responsabilidad en el proceso de comunicación, no solo como emisor de símbolos a través de mensajes públicos, sino como

interactuante social de la actividad humana, a través del intercambio y el diálogo indisolublemente ligado a las necesidades productivas de los hombres como gestor de cultura y comunicación organizacionales, como declara, H. Almendros, (1971), pues es el lenguaje el instrumento social y base del proceso de enseñanza- aprendizaje. De ahí que al entablar un diálogo se impliquen habilidades, capacidades y valores comunicativos para una correcta interpretación, manifestándose en la vida cotidiana y en su fundamento por las necesidades de comunicación

### ***Desarrollo***

"La naturaleza humana y sobre todas las naturalezas americanas, necesitan de que lo que se presenta a su razón tenga algún carácter imaginativo; gustan de una locución vivaz y accidentada; han menester que cierta forma brillante envuelva lo que es en su esencia árido y grave. No es que las inteligencias americanas rechacen la profundidad; es que necesitan ir por un camino brillante hacia ella". (Martí, 1875)

La teoría pedagógica de José Martí se nutre de lo más avanzado que le antecede en Cuba, América Latina, Europa y Estados Unidos, condicionada por la aparición del entonces incipiente Imperialismo. Su vasta cultura e inteligencia le permiten comprender que la educación en Hispanoamérica no se correspondía con las necesidades de sus

pueblos, entonces se hacía necesario la preparación de hombres hábiles, útiles y creadores que pudieran actuar. Nadie queda excluido de su programa educacional y defiende la educación popular. Su finalidad era revolucionar la enseñanza. La escuela no debía transformarse en cuanto a la instrucción de conocimientos, pero sí en cuanto a la forma de enseñar para que el mundo nuevo requiera una escuela nueva que se ajuste a un programa nuevo de educación, que inicie en la escuela con primeras letras y acabe en una universidad brillante, útil, en acuerdo con los tiempos, estado y aspiraciones de cada país (Martí, 1975: 229)

Tal principio martiano mantiene su vigencia en las nuevas condiciones del mundo contemporáneo, exige a su vez profundas transformaciones en la educación. Es necesidad la preparación de los niños, adolescentes y jóvenes en un proceso formativo integral que se extienda desde la escuela primaria hasta la universidad para la defensa del suelo patrio. Ante este mundo unipolar y globalizado, la escuela cubana está obligada a responder al reclamo de la sociedad de desarrollar la personalidad de los ciudadanos, hombres y mujeres integrales e implicadas con los más altos valores humanos.

Por ello la enseñanza universitaria actual no ha cesado en su empeño de llegar al mayor número de personas y garantiza desde los primeros años de la carrera el vínculo imprescindible con los modos de actuación de la profesión; desde sus aspectos más simples y elementales, hasta aquellos más complejos y que demandan mayor nivel de preparación. Solo de ese modo se aseguran las competencias necesarias para su futuro desempeño profesional.

El término de formación profesional se emplea para caracterizar no solo los conocimientos necesarios para el desempeño de determinada profesión, sino que tiene en cuenta también sus dimensiones: instructiva, desarrolladora y educativa, es decir, el modo en que un proceso puede

ser estudiado y analizado desde diferentes enfoques (Horruitinier, 2006: 17).

La carrera de Comunicación Social precisa en su proceso de formación de acciones dirigidas al desarrollo y fomento de habilidades para el desempeño de la locución, razón por la cual constituye una necesidad la apropiación por parte del estudiantado de este modo de actuar profesional, y a la vez de los fundamentos de las ciencias bases de dicha actuación, contradicción pedagógica aún no resuelta en el proceso de enseñanza aprendizaje de esta carrera en condiciones de universalización.

El comunicador social tiene responsabilidad en el proceso de comunicación, por ser el emisor de símbolos a través de mensajes públicos, e interactuante social de la actividad humana, a través del intercambio y el diálogo indisolublemente ligado a las necesidades productivas de los hombres y gestor de cultura y comunicación organizacionales (Almendros, 1971) pues el lenguaje constituye instrumento base del proceso de enseñanza- aprendizaje.

De ahí que al entablar un diálogo se impliquen habilidades, capacidades y valores comunicativos para una correcta interpretación, manifestándose en la vida cotidiana y en su fundamento por las necesidades de comunicación.

El resultado de los instrumentos aplicados en la tesis de maestría en la FUM Morón 2010-2011 (encuesta, entrevista, observación y el análisis de documentos) demuestra que existen dificultades en la expresión oral de los estudiantes, pues realizan pausas indebidamente, recalcan, hacen inflexiones con abusos de fraseos y demuestran débil fluidez en su discurso. Asimismo carecen de habilidades lingüísticas pues evidencian en sus conversaciones inseguridad, y abuso de recursos

extralingüísticos, lo cual prueba la insuficiente preparación del estudiantado de Comunicación Social en cuanto al desarrollo de la locución como habilidad profesional, problemática que se resume en las siguientes manifestaciones:

- Carencia de fluidez en el discurso, escaso poder de persuasión e inadecuada dicción y dominio de la locución como oralidad.
- Pérdida del tono central en cuanto a ritmo y tono.
- Lectura en estacato, condicionada por la falta de práctica e improvisación en su oralidad.

A partir de estas insuficiencias se plantea el siguiente **problema científico**: ¿Cómo desarrollar la locución como habilidad profesional en los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la SUM Morón.

Al considerar el problema científico de la investigación se definió como **objeto** el Proceso de Enseñanza Aprendizaje de la carrera de Comunicación Social y al analizar las posibles causas que originan el problema científico se sintetiza que existe:

- Ausencia de contenidos relacionados con la locución como habilidad profesional en la carrera de Comunicación Social tanto en lo curricular como en lo extracurricular.
- Insuficiente utilización de técnicas participativas en el nuevo modelo pedagógico que permitan ampliar un vocabulario estéticamente desarrollador.
- Incorrecta orientación de normas lingüísticas para el tratamiento de la expresión oral, así como para el desarrollo de habilidades relacionadas con la oralidad.

Las causas descritas anteriormente definen como **objetivo de la investigación** elaborar una estrategia didáctica para el desarrollo de la

locución como habilidad profesional que garantice la transdisciplinariedad del proceso de formación en los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la SUM Morón.

La variable dependiente es la locución como habilidad profesional, entendida como el modo de hablar, de expresarse oralmente a través de determinado dominio técnico de recursos básicos de la prosodia como la pronunciación, la entonación, la dicción, la intensidad, la articulación, la velocidad, entre otros, medida a través de las siguientes dimensiones e indicadores:

Para la dimensión **técnica de locución** (Lingüística Aplicada) se establecen los siguientes indicadores:

- Colocación de la voz (Tono Central)
- Dosificación del aire (Ritmo, Intensidad)
- Articulación (Dicción, Timbre)

Para la dimensión **expresión oral** (Prosodia) se establece los siguientes indicadores:

- Naturalidad (Entonación, Velocidad)
- Fluidez (Pronunciación)
- Seguridad (Lenguaje)

La primera dimensión permitió verificar el grado de conocimiento de las técnicas de locución como habilidad profesional, y la segunda para caracterizar la calidad de la expresión oral entre los estudiantes de la carrera de Comunicación Social en la Sede Universitaria Municipal (SUM) de Morón.

La población conformada por todo el universo de la carrera de Comunicación Social en Morón, es decir los 160 estudiantes, distribuidos

entre el segundo y el sexto año de esta especialidad, durante el curso lectivo 2010-2011.

La **novedad científica** se evidencia en asumir una estrategia didáctica que corrija uno de los modos de actuación del profesional, concepto que otros autores denominan competencia, y cuyo dominio permite al comunicador poder enfrentar todas las problemáticas de su especialidad con independencia y creatividad, e incluso otras nuevas, surgidas como consecuencia del desarrollo de la actividad profesional. Además de proyectar un futuro y un presente mejores para su desenvolvimiento, preparado de acuerdo con el reglamento ético y estético del lenguaje donde se protejan los valores más genuinos del idioma, por tanto salvar una especialidad que constituye hoy rostro interminable de la palabra con cualidades lingüísticas, vía incuestionable de comunicación, valiendo maestría y profesión como tributos del buen decir.

**El aporte práctico** de la investigación se materializó en la estrategia y establece los objetivos generales y específicos a alcanzar a corto, mediano y largo plazo, de manera que posibilita no solo el perfeccionamiento del proceso de enseñanza aprendizaje de la carrera de Comunicación Social en condiciones de universalización, sino que propicia el desarrollo de competencias a través de la locución como habilidad profesional. Igualmente, posibilita la solución de uno de los problemas profesionales pendientes de la carrera, específicamente el relacionado con la locución como técnica, expresado didácticamente como un modo de actuación, o sea un saber, un hacer y un ser profesional, lo cual supone la integración de conocimientos, habilidades y valores que aseguren ese desempeño.

La formación de la concepción científica del mundo constituye uno de los objetivos fundamentales de la escuela cubana actual. Por lo tanto la formación de una concepción científica del lenguaje, acerca de su origen



y desarrollo, de su estructura, de su relación con el pensamiento constituye un objetivo primordial en la enseñanza de la lengua materna a través de diferentes grados, y estudios con una aproximación cada vez mayor a la ciencia lingüística, de modo que adquieran un amplio sistema de conceptos científicos.

Uno de los aportes de la ciencia lingüística es la definición de la lengua como un sistema sígnico, del destacado lingüista ginebrino, (Saussure, 1967) abre el camino de la lingüística moderna, la cual ha servido también como base de las técnicas de locución, sobre todo a partir de los postulados de la lingüística aplicada.

En la actualidad, estos y otros importantes contenidos de la ciencia lingüística forman parte de los contenidos de la disciplina que se ocupa del estudio de la lengua, como un sistema y niveles que integran cualquier programa de estudio y que proporciona al estudiante conocimientos más amplios y profundos de la concepción científica del lenguaje. Para ello se debe tener en cuenta el primer postulado que se presenta a continuación que responde a su significado: El lenguaje es el conjunto de signos que el hombre utiliza para transmitir a sus semejantes lo que piensa, siente y quiere, y lo hace de tres formas: Lenguaje mímico, oral y escrito. (Cabrera, 1979: 179).

Todos los pueblos no hablan de igual modo. Al conjunto de palabras y maneras de expresarse de cada pueblo se llama idioma o lengua, el que se habla en Cuba se llama Castellano, porque se formó en Castilla, antiguo Reino que dividía la península Ibérica, y también se le llama Español porque es la lengua nacional de España, pero además la lengua parte de muchos países de América Latina, de ahí que sea la lengua materna o vernácula. El Español es una de las Lenguas Románticas o Romances, y se usó en Castilla y Aragón en forma de dialectos hasta

que llegaron a fundarse y se extendieron por todas las regiones de España.

En la presente investigación se asume la locución como habilidad profesional al modo de hablar, de expresarse oralmente a través de determinado dominio técnico de recursos básicos de la prosodia como la pronunciación, la entonación, la dicción, la intensidad, la articulación, la velocidad, entre otros.

La locución como habilidad profesional en el mundo tiene sus antecedentes con el surgimiento de la radio en 1920, aunque algunos autores consideran a los juglares del medioevo como los primeros en valerse de la palabra hablada como instrumento de trabajo, lo cual nos obligaría a aceptar a aedos y poetas de la antigüedad como los primeros locutores profesionales, en tanto se valían de la oralidad para la transmisión de mensajes.

Los antecedentes históricos que han caracterizado este fenómeno en Cuba se pueden dividir en cinco etapas históricas:

1ra Etapa. Lecturas de Tabaquería (1839-1920)

2da Etapa. Radio Republicana (1920-1959)

3ra Etapa. Triunfo de la Revolución (1960)

4ta Etapa. Institucionalización de la Locución (1970- 1990)

5ta Etapa. Década del Noventa (1990...)

### **1ra Etapa. Lecturas de Tabaquería (1839-1920)**

Los historiales de la locución en Cuba no hay que buscarlos en los inicios de la radio como industria sino en los inicios del siglo XIX, fecha

en que llega a Cuba el viajero español Jacinto de Salas y Quiroga en 1839 quien narra la impresión que le causaron unos cafetales en la región de Arte Misa o San Marcos. Con espíritu alerta y dotes de observador, Salas, notó y lamentó el estado de completa ignorancia en que se mantenía a los esclavos. Al describir con minucia una de las operaciones últimas del café, el escogido, aporta una imagen de la habitación, sumamente linda, larga, estrecha, cerrada con hermosos cristales y bastante elevada (Venegas, 2009)

En una sesión se refirió a la costumbre observada por ciertos órdenes de religiosos de hacer que uno de sus miembros leyese en voz alta a la comunidad durante la comida o cena en el refectorio. Tal práctica le había llevado a pensar que algo similar debería ser instituido en las cárceles, donde podría servir para regenerar y capacitar a los reos.

En la Profesión de fe se afirmaba que no hay fuerza posible para detener las ideas de civilización y progreso, se ponderaba la evolución de las ciencias y artes, y vislumbraba el restablecimiento de los trabajadores en el rango que injustamente se les negaba. Para ello había que hermanarlos con los intelectuales, que eran también obreros de la inteligencia. Se completaba el contenido de la primera entrega con versos y artículos literarios. (Venegas, 2009)

Ciertas tabaquerías permitieron la actividad a condición de que las obras fueran sometidas a censura; en otras, en cambio, nadie intervenía en la elección de los materiales. Inicialmente, la lectura se llevaba a modo de turno, pero esta forma no prevaleció y, a menudo, el cargo de lector vino a ocuparlo alguna persona dotada de voz clara y pronunciación correcta. Hubo alguno, como Nicolás F. de Rosas, que, sin exigir retribución, desempeñaba ese puesto en la fábrica de Guanabacoa. La nueva institución era objeto de gran curiosidad y no era raro ver fuera de la

fábrica a algún nutrido grupo de gente que junto a las ventanas escuchaba con atención la potente voz del lector.

Con la instauración de la república en 1902, esa actividad calificada por Martí como tribuna avanzada de la libertad, continuó como catalizador en el movimiento obrero. No es por casualidad que los obreros tabaqueros tienen una rica tradición de luchas e inquietudes a través del tiempo, y bien ganado prestigio como los más cultos de nuestros trabajadores. Luego el locutor arranca con el lector de tabaquería; su raíz popular al ciento por ciento permite comprobar que los locutores son, todos, de procedencia humilde. Planteado lo anterior se puede afirmar que la locución ha sido siempre una profesión marcada, desde sus inicios por una preocupación constante de superación siendo cada día más útil a la sociedad. (Martí, 1975)

## **2da Etapa. Radio Republicana (1920-1959)**

Continúan las lecturas de las tabaquerías pero con el surgimiento de la radio se instaura el oficio de locutor, carente por aquel entonces de una formación específica. Como desde 1922 predomina la radio comercial, inicialmente, para emitir cuñas publicitarias, la locución predominante era la de los programas promocionados con propagandas por firmas de jaboneras y productos transmisiones norteamericanas.

Las primeras experiencias de formación del profesional de la comunicación en Cuba están ligadas al desarrollo de la publicidad en el país, con la creación de la Escuela Profesional de Publicidad en 1954, institución que coexistía con academias privadas dirigidas principalmente al ejercicio práctico de la publicidad, cuyas titulaciones servían de aval para el desempeño laboral en esta esfera. En ese propio año se crea la Asociación Nacional de Publicitarios y Propagandistas como colegio de los profesionales del sector. También en el campo de las Relaciones

Públicas se lograron avances en el país, como parte de la gestión administrativa en numerosas empresas, lo que dio lugar a la creación de la Asociación Cubana de Ejecutivos de Relaciones Públicas, ACERP.

### **3ra Etapa. Triunfo de la Revolución (1960)**

Con el triunfo revolucionario de 1959, se comenzaría a edificar un proyecto fundamentado sobre valores más elevados de justicia y equidad social que rápidamente entrarían en antagonismo con las formas de propiedad capitalista existentes y, en el plano ideológico, con la manera de entender el consumo y los distintos modos de propiciarlo. Así, también los medios masivos serían contemplados dentro del proceso de nacionalizaciones que abarcaba a todos los sectores de la economía del país, con lo cual pasarían al control del Estado bajo formas propias de financiamiento y con un rediseño paulatino de sus formas y contenidos. Consecuentemente, la Escuela Profesional de Publicidad dejaría de existir en 1960.

### **4ta Etapa. Institucionalización de la Locución (1970-1990)**

Desde entonces y hasta fines de los años 80, existieron diferentes organismos y entidades que, aunque no funcionaron como centros docentes directamente vinculados a la publicidad, sí permitieron que un grupo importante de creativos publicitarios, diseñadores gráficos y fotógrafos actualizaran saberes para mantenerse ejerciendo fundamentalmente en tareas de propaganda, y que otros más jóvenes se sumaran para aprender sobre la praxis misma de su desempeño laboral. Entre ellas figuran Intercomunicaciones, Estudio de Productos de la Industria Ligera y la Escuela de Diseño Industrial e Información antecedente del actual Instituto Superior de Diseño Industrial.

La apertura del curso de Periodismo Gráfico en 1987 en la modalidad de curso vespertino nocturno, constituye otro precedente importante de la formación en el campo de la publicidad en tanto allí ya se incorporarían algunas asignaturas vinculadas con esta disciplina pero en las artes gráficas. La locución por ese entonces abandona la publicidad como vehículo, y estará directamente vinculada a la propaganda revolucionaria a través de la radio, el cine y la televisión con un carácter más bien informativo. Vale destacar el papel de la locución en la documentalística cubana mediante realizaciones con un carácter fundamentalmente didáctico.

A finales de los ochenta se inició en todo el país el proceso de rectificación enfocado a la búsqueda de mayor productividad y eficiencia, aplicación de nuevas fórmulas de dirección, más flexibles y dinámicas y priorización de la atención al hombre, como elemento clave en los procesos productivos. En este período se institucionalizan los estudios de locución a través de los empeños formativos del Instituto Cubano de Radio y Televisión.

### **5ta Etapa. Década del Noventa (1990...)**

La caída del campo socialista y el recrudecimiento del bloqueo norteamericano, en los años noventa, supuso una nueva etapa para Cuba en la cual debía insertarse en un nuevo contexto global: había que acudir a otros mercados con los que establecer relaciones comerciales y buscar otras fuentes de ingreso para una economía centralmente planificada que padecía una de las crisis más profundas de su historia.

Es en esta coyuntura que se decide sustituir en 1991 la carrera de Periodismo por la de Comunicación Social así como crear la Facultad de Comunicación. La creación de la Asociación Cubana de Publicitarios y Propagandistas de Cuba en 1993, y el desarrollo creciente de cursos de

postgrado y maestrías relacionados con estas especialidades, contribuirían también a actualizar los saberes de profesionales que ejercen en las distintas esferas de la comunicación social.

El desarrollo de habilidades comunicativas en los estudiantes de todos los niveles de enseñanza resulta un problema no resuelto no solo en país, sino también en otros del mundo hispánico y su carácter de habilidad trascendente debe ser asumida en toda estrategia conformada al respecto. Para lograrlo, la escuela debe ocuparse de que el alumno deslinde adecuadamente las variadas situaciones comunicativas y en cada una de ellas sepa (Lyons, 1978) qué decir, cuándo decir, cómo decir, a quién decir, dónde, decía cuándo, callarse cuándo, y oír cuando.

Por tanto, el proceso de desarrollo de un comunicador competente, aunque debe estar basado en las diferencias individuales, no resulta un proceso anárquico ni ocasional. Presupone una interiorización de las complejidades del discurso, una competencia gramatical o sintáctica referida a reglas sintácticas, morfológicas, fonologías y fonéticas que rigen la producción de los enunciados lingüísticos (lineamientos curriculares para la lengua castellana. (Bogotá, 1998).

El trabajo de enseñanza de la lengua materna debe constituir entonces una importante estrategia, en cuya base se ubica la transversalidad de la competencia comunicativa con respecto a otros tipos de aprendizaje que debe realizar el estudiante, y no solo el propiamente lingüístico, pues esta habilidad subyace en el resto de las habilidades intelectuales, dada la relevancia del pensamiento verbal. Resultan evidentes e incuestionables entonces sus implicaciones; interesa específicamente la relación entre competencia lingüística como conocimiento intuitivo y a la vez como destreza y competencia cognoscitiva, como conocimiento del mundo, en sentido general, en su integración con las demás.

La locución como parte de las habilidades comunicativas juega un importante papel en la formación de la nueva conciencia, su posibilidad ,por tanto, su responsabilidad en la formación de hábitos, criterios estéticos y modalidades del lenguaje, (Tesis y Resoluciones del PCC, 1976:348) objetivo para salvaguardar la pureza de la lengua castellana, idioma oficial de más de quinientos millones de personas, donde la voz, la articulación, dicción, pausas, intenciones psicológicas, inflexiones, fraseos y énfasis sean soporte para realizar elocuciones agradables y convincentes con valoraciones entonadas, naturales, con un perfecto dominio de la técnica e improvisaciones con defensa de la identidad ,conocimiento absoluto de las especialidades de la locución como oralidad, y que conviertan al profesional en un comunicador, especialista de la palabra y promotor de signos culturales.

El concepto de locución enuncia los criterios planteados en el libro La locución: técnica y práctica, (Guevara, 1999), el cual reafirma el carácter eminentemente social de la profesión. Desde su génesis, sustenta como meta llevar al receptor el mensaje diáfano y claro que merece, comprendiendo la información científica e informativa, la distracción o entretenimiento como fundamento didáctico de una educación permanente. Ocupa un lugar destacadísimo en la sociedad debido a la cantidad de personas que sintonizan el medio. Resulta determinante en la fijación de ciertos hábitos y formas de expresión. Ante la ausencia de imágenes, la voz, las intenciones y la entonación del locutor deben expresar todo el contenido.



## **Conclusiones**

La necesidad y pertinencia de adoptar una estrategia didáctica, sostenida en el diagnóstico de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social, no solo perfecciona la locución como habilidad profesional en condiciones de universalización, sino que integra los modos de actuación del profesional desde la oralidad, por lo tanto fortalece el desempeño desde una perspectiva de desarrollo y cambio.

La estrategia didáctica como aporte práctico se fundamenta en principios científicos y corrobora la necesidad de desarrollar la locución como habilidad profesional para una formación integral del comunicador social en condiciones de universalización.

La validez de la estrategia didáctica propuesta fue corroborada por el criterio de los expertos, quienes acreditaron sus posibilidades para el perfeccionamiento del proceso de formación profesional desde la locución como habilidad en la carrera de Comunicación Social, así como se evalúa su pertinencia a través de una representación de la muestra hacia la que va orientada con buenos resultados.

## **Fundamentación legal**

- No existe un manual interno de reglamentos para la creación de Reality Show.

## **Hipótesis**

¿Cómo contribuir a mejorar la calidad de programación con un Reality Show radial en la Ciudad de Vinces en función de las exigencias del oyente?

## **Variables de la investigación**

Se determinan las siguientes variables de la investigación:

### **Variable independiente**

- Realizar un relity show en la ciudad de vinces

### **Variable dependiente**

- Descubrir el talento de los concursantes.

## **Definiciones Conceptuales**

**Andralogia** : (del griego "hombre" "guía" o "conducción") es la ciencia que, siendo parte de la Antropología y estando inmersa en la educación permanente, se desarrolla a través de una praxis fundamentada en los principios de participación y horizontalidad. Su proceso, al estar orientado con características sinérgicas por el facilitador del aprendizaje, permite incrementar el pensamiento, la autogestión, la calidad de vida y la creatividad del participante adulto, con el propósito de proporcionarle una oportunidad para que logre su autorrealización.

- La Andragogía por ser independiente del nivel de desarrollo psíquico y por partir del nivel de desarrollo cognitivo genera una nueva actitud en el hombre frente al reto educativo.

**Versátil**: es un adjetivo que procede del vocablo latino *versátiles* y que hace referencia a la capacidad de algo o alguien de adaptarse con rapidez y facilidad a distintas funciones. La versatilidad, por lo tanto, es una característica muy valorada.

**Merchandising:** es una parte del marketing que engloba las técnicas comerciales que permiten presentar al posible comprador (comprador potencial) el producto o servicio (que se quiere vender) en las mejores condiciones materiales y psicológicas. Tiende a sustituir la presentación pasiva del producto o servicio por una presentación activa recurriendo a todo lo que le puede hacer más atractivo.

**Transversalidad:** tiene un origen en la geometría, como lo que atraviesa, en sentido contrario a lo longitudinal (que sería lo que recorre a lo largo); pero se aplica metafóricamente a cualquier otro ámbito. De esta manera, la transversalidad usualmente se entiende como la concurrencia de distintas disciplinas en el estudio o el tratamiento de un mismo objeto o fenómeno

**Educomunicación:** tecnologías cobran cada vez más protagonismo, produciendo un cambio social, desde la recuperación de la trasmisión oral, desde una nueva dimensión por la posibilidad de almacenamiento, en el caso de la televisión, la radio, etc. hasta la interactividad de la red, donde convergen desde la palabra escrita hasta lo audiovisual, su popularización y características están permitiendo la intercomunicación masiva de personas, vuelve a tomar protagonismo el aprendizaje no institucionalizado al ampliar la red las posibilidades de intercambio de información y de relaciones personales. Además el progresivo avance del envejecimiento de las sociedades más avanzadas hace necesario cambiar el concepto de "educación para la vida" por el de "educación durante toda la vida" En estas circunstancias la necesidad de una nueva figura del educador y un replanteamiento de la educación se hace necesaria, para adaptarse a las nuevas circunstancias sociales y crear un entorno educacional más favorable.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

Diseño exploratorio ya que Trata de detectar, de conocer una realidad como paso previo para llevar a cabo la investigación. Se trata de descubrir hipótesis de trabajo pero no de verificarlas, sólo de formularlas. Así, nos familiarizamos con un problema que luego analizaremos de forma más pormenorizada.

#### **Modalidad de la investigación**

La modalidad a aplicarse en este proyecto de Reality Show es con una investigación de campo, que consiste en la investigar, elaborar y el desarrollar una encuesta factible para la resolución de la falta de una interesante programación en la radio.

#### **Tipo de investigación**

El esquema de La investigación se aplica a una modalidad de campo, de tipo explorativa .

## **Población y Muestra**

### **Población**

Es un conjunto de sujetos o individuos con determinadas características demográficas, de la que se obtiene la muestra o participantes en un estudio epidemiológico a la que se quiere extrapolar los resultados de dicho estudio, donde se escogió 200 jóvenes habitantes de la ciudadela “Los Mirtos” de la Ciudad de Vinces

### **Muestra**

Debido a que la población es 200, se deberá hacer la encuesta al 30%. EL resultado tendrá 80% de confiabilidad y se tomarán márgenes de dispersión y de error. Se determina cálculo de confianza y de validez debido a la población señalada.

## **Instrumentos de investigación**

La encuesta serán necesarias para determinar los registros que debemos encontrar en la investigación, para tomar las decisiones de implementación de una programación de calidad.

La encuesta esta dirigida a los jóvenes de una ciudadela de Vinces, las encuestas serán revisadas por un experto en el área para validar su calidad en la recolección de la información.

## **Recolección de la información**

Todos los datos se tomarán de las herramientas de la investigación, es decir de las encuestas realizadas, las preguntas irán

acorde a las variables investigadas, que permitan medirla y establecer criterios válidos.

### **Criterios para la validación de la propuesta**

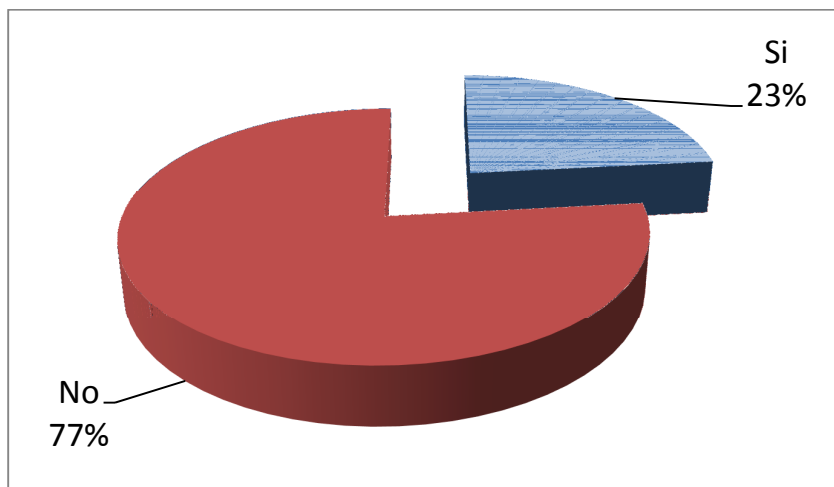
Para emitir un criterio confiable, se utilizarán las herramientas de investigación será en aval de la propuesta realizadas. El tutor validará la propuesta de la variable de medición.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

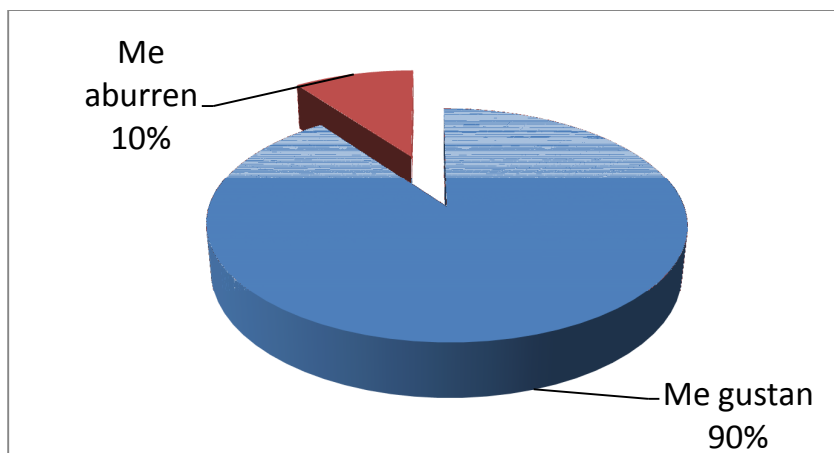
#### LA ENCUESTA

##### 1.- La gusta la programación de Radio París FM



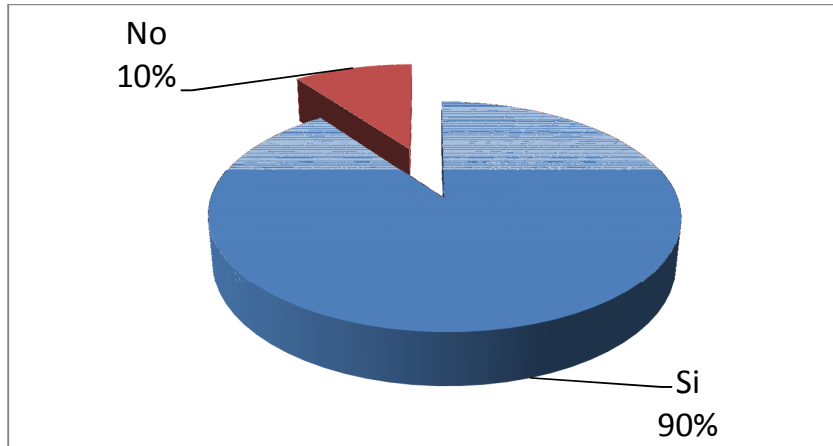
Al 77% de los encuestados le gusta la programación de Radio París FM, mientras que al 23% no le gusta.

##### 2.- ¿Qué piensa de los Reality Show?



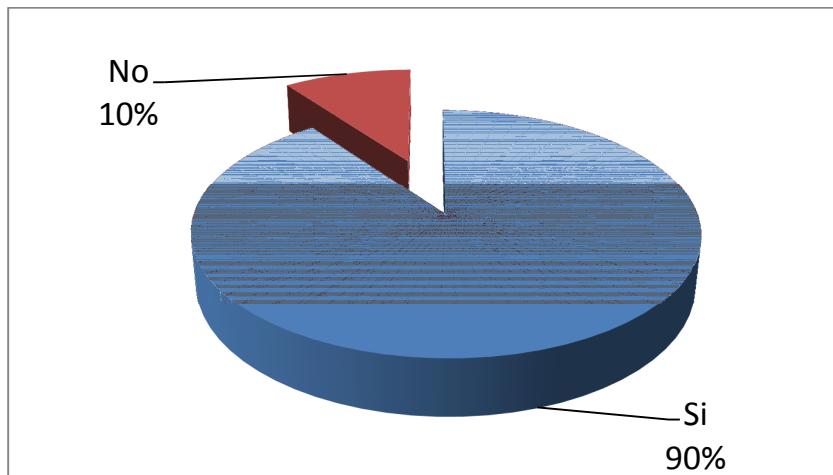
Al 90% de los encuestados les gustan los Reality Show, mientras que al 10% le aburren este tipo de programas.

**3.- Cree usted que para mejorar la programación de la Radio “París” se implementaría un Reality Show**



El 90% de los encuestados cree que para mejorar la programación de la Radio “París” se debería implementar un Reality Show, mientras que el 10% piensa que no se debe implementar este Reality Show.

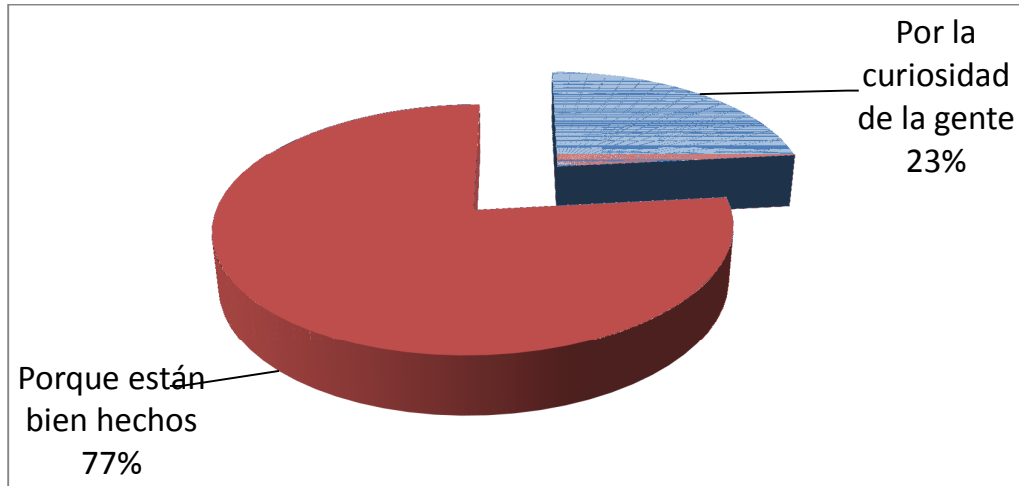
**4.- Participaría en un Reality Show**





El 90% de los encuestados participaría en un Reality Show, mientras que el 10% no participaría.

**5.- ¿Por qué crees que tienen éxitos?**



El 77% de los encuestados cree que los Reality Show tienen éxito porque están bien hechos, y el 23% piensa que es por la curiosidad de la gente.

## CAPÍTULO V

### PROPUESTA DE GUÍA

#### 1. Antecedentes

EL guion será l estructura que seguiremos paso a paso:

#### GUION

Control	Sintonía de la Presentación	15"
Locutor 1	Hola Buenas Noches, esta nuestra cita habitual.Acontinuacion damos bienvenida a los participantes del Reality	20"
Control	CD 4Gingle	10"
Locutor 2	Retos del participante#1	5"
Locutor 1	Comentario de la experiencia por alcanzar el reto	10"
Control	Musica de Axel Celebra la Vida	20"
Locutor2	Plantea el siguiente reto	10"
Locutor 1	Invita a los oyentes a votar por su participante preferido	5"
Control	Publicidades de los auspiciantes	10"
Locutor 1	Menciona la tabla de puntuaciones	20"
Locutor2	Despedida	5"

## **CAPÍTULO VI**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **CONCLUSIÓN**

El Reality Show, se deberá complementar con los principios de la planificación estratégica para seguir paso a paso el guion, que lo complementaran la originalidad de los participantes.

#### **Recomendaciones**

Escribe el guion como te lo imaginas, con las palabras de los conductores, cortes comerciales y desafíos.

Escribe varias situaciones posibles para el desafío.

Prepárate y motiva para conseguir candidatos para el Show.

Llamar a un casting abierto, realiza audiciones y entrevista a todos los que se presentan.

## BIBLIOGRAFÍA

- 1. Álvarez, Carlos (1996). *"Hacia una escuela de excelencia."* Editorial Academia, La Habana.
- 2. Álvarez, A. (2001). La transcripción de la Oralidad. ISSN: 1139-8736 Depósito Legal: B-35784-2001. file:///g:/index.htm/noind file:///g:/ind1.html file:///g:/cap15.html
- 3. Advine, Fátima. Soca, Ana. Rearey, Silvia. (1998). *Principios para la dirección del proceso pedagógico.* Facultad de ciencias pedagógicas. Facultad de Ciencia y Educación. ISP "Enrique José Varona.
- 4. Álvarez de Zayas, Carlos. (1990) *Fundamentos teóricos de la dirección del proceso docente educativo en la Educación Superior Cubana.* Editorial E.N.P. MS. C. de La Habana,
- 5. Álvarez, A (2001). *Algunas características de la oralidad.* ISSN: 1139-8736 Depósito Legal: B-35784-2001.
- 6. Álvarez, C. (1999). *La escuela en la vida.* Didáctica. Ciudad de la Habana: Editorial. Pueblo y Educación.
- 7. *Oral y la Escritura en Lenguas Extranjeras.* Proyecto CITMA. Informe Parcial. UNICA, Ciego de Ávila.
- 8. Betanzos, Damián. (2008). *Alternativa metodológica a través de la radio provincial para el perfeccionamiento de las preparaciones metodológicas en condiciones de universalización.* Ciego de Ávila.
- 9. Bracero, J. (2003) "Un día para los locutores avileños", en revista *La Jiribilla*, edición digital. [En línea] No. 132, La Habana, disponible en:
- 10. [http://www.lajiribilla.cu/2003/n132\\_11/132\\_17.html](http://www.lajiribilla.cu/2003/n132_11/132_17.html) [Accesado 2009).
- 11. Bracero, J. (2007). *Rostros que se escuchan.* La Habana, Editorial Letras Cubanas.
- 12. Brito, Ydeisy. (2008). *Mensajes cortos radiales para fortalecer la idoneidad cultural en los estudiantes de la Academia de Artes Plática Raúl Martínez del Municipio Morón.* Ciego de Ávila.
- 13. Candau, V. M. (1983). *A Didáctica en que tao.* Editora Voces Ltda. Brasil.
- 14. Carmenate, L. (2004). *Compilación de artículos sobre la investigación científica escritos por Beatriz Castellanos Simons.* Ciego de Ávila: Editorial. Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas, Universidad de Ciego de Ávila.
- 15. Carmenate, L. (2005). *¿Cómo escribir la tesis de maestría? Guía metodológica para la elaboración de la tesis de maestría.* Morón.
- 16. Carrera, M.Teresa. (2010) *Estrategia educativa sociocultural para la consolidar la formación cultural de los estudiantes de la filial de ciencias médicas.* Morón. Ciego de Ávila.

- 17. Castellano, Doris (2003): *Estrategias para promover el aprendizaje desarrollador en el contexto escolar*, La Habana, Universidad Pedagógica "Enrique José Varona". (Material en soporte electrónico).
- 18. Casanova, M. (2000). *Evaluación de la comunicación oral*. Tomado de la obra *La enseñanza de la lengua materna hoy: cuestionamientos y práctica*. Madrid: Ed. La Muralla S.A.
- 19. *proceso de formación de los profesionales*. Ciego de Ávila: UNICA.
- 20. Colectivo de autores. (1991) *"Teoría y Metodología del Trabajo Educativo."* Editorial Pueblo y Educación, C. de La Habana.
- 21. Cueto, G. Luna, O. Gastón, D (2010) *Habilidades Comunicativas Orales en el contexto de la Escuela Internacional de Educación Física y Deporte*. Departamento de Idioma Escuela Internacional de Educación Física y Deporte La Habana (Cuba) [www.efdeportes.com/](http://www.efdeportes.com/). *Revista digital. Buenos*.
- 22. De Armas, Nerelys (2003): *Caracterización y diseño de los resultados científicos como aportes de la investigación educativa*, Curso 85, Evento Internacional Pedagogía 2003, La Habana.
- 23. Díaz, Mabel.(2008).*Metodología sustentada en el aprendizaje desarrollador para el perfeccionamiento de la habilidad de audición en los estudiantes de preparatoria de la Universidad*. Ciego de Ávila.
- 24. Fuentes, H. (2001). *Dinámica del proceso docente-educativo de la Educación Superior*. Santiago de Cuba: Ed. Centro de Estudios de Educación Superior "Manual F. Gran".
- 25. Ginoris, Oscar Comp. (2009) *Fundamentos Didácticos de la Educación Superior Cubana*. Selección de lecturas.
- 26. González, Vicente. (1989). *Profesión: Comunicador*. La Habana: Editorial: Pueblo y Educación.
- 27. González. A. Reinoso. C. (2002) *Nociones de Sociología, Psicología y Pedagogía*. Editorial Pueblo y Educación Comunicación.
- 28. Guilarte, B.A (2009) *Estrategia metodológica para favorecer las habilidades comunicativas de los estudiantes del primer año de las carreras de Humanidades* Código ISPN de la Publicación EkVZEppkpvAENKPP. <mailto:aguilarteg@udg.co.cu>
- 29. Henríquez, P. (2009).*Oralidad y teatralidad en el Popol Vuh*. Universidad de Concepción. México: Crow.
- 30. ICCP-MINED. (1981) *"Pedagogía"*. Editorial Pueblo y Educación, C. de La Habana.
- 31. Loyola, Delicia.(2007).*Un acercamiento a la historia de la radio(1931-1959)*.Universidad Central ,Marta Abreu de las Villas.
- 32. Manzano, M. (2004) *Estilos de aprendizaje vs. Estrategias de lectura*. Tesina de suficiencia para el Doctorado Curricular en

Aportaciones educativas a las ciencias humanas. Universidad de Granada – Universidad "Máximo Gómez Báez" de Ciego de Ávila.

- 33. Mañalich, R. (2004). *Taller de la palabra*. La Habana: Editorial Pueblo y Educaci

## ANEXOS

### ENCUESTA

**1.- ¿Le gusta la programación de Radio Paris FM?**

SI

NO

**2.-¿Qué piensa de los Reality Show?**

Le gustan

Me aburren

**3.- Cree usted que para mejorar la programación de la Radio “París” se implementaría un Reality Show**

SI

NO

**4.- Participaría en un Reality Show**

SI

NO

**5.- ¿Por qué crees que tienen éxitos?**

Porque están bien hechos

Por la curiosidad de la gente

# Curriculum Vitae

---

## PÉREZ CARPIO MARICELA MARÍA

---

Dirección.: Vinces – Cdla. Los Mirtos

Teléf. 081710775

### DATOS PERSONALES

**NACIONALIDAD:** Ecuatoriana  
**FECHA DE NACIMIENTO:** 13 de septiembre de 1986  
**LUGAR DE NACIMIENTO:** Vinces – Los Ríos  
**CÉDULA DE IDENTIDAD:** 1206016592  
**ESTADO CIVIL:** Soltera

### ESTUDIOS REALIZADOS

**EDUCACIÓN PRIMARIA:** Escuela Fiscal Mixta  
“Ciudad de Vinces”

**EDUCACIÓN SECUNDARIA:** Colegio Nacional Técnico  
“Prócer José de Antepara”

**TÍTULO OBTENIDO:** Bachiller en Comercio y Administración  
Especialización Contabilidad

**EDUCACIÓN SUPERIOR:** Universidad de Guayaquil  
Facultad de Comunicación Social

**TÍTULO OBTENIDO:** Licenciada en Comunicación Social

### CURSOS REALIZADOS

- **UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**  
Taller Intensivo Metodología de la Investigación de la carrera de Comunicación Social.
- **CIESPAL**  
Seminario intensivo extracurricular Comunicación y Tic's



- **UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL – CESIIF**  
Curso Básico de Computación (Windows, Word, Excel, Power Point),
- **UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL – CESIIF**  
Curso Intermedio de Computación (Herramientas de Corel Draw),
- **UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL – CESIIF**  
Curso Avanzado de Computación (Aplicaciones de Corel Draw),
- **UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL – CESIIF**  
Curso Especial de Computación (Adobe Indesing),
- **UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL – DEPARTAMENTO DE IDIOMAS**  
Curso de Inglés (I, II, III, IV)

### **EXPERIENCIA LABORAL**

- **GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN VINCES**

Cargo	Departamento de Relaciones Públicas
Ciudad	Vinces
Tiempo	2 meses (Pasantías)
- **CANAL TV PARIS**

Cargo	Conductora
Ciudad	Vinces
Tiempo	1 año
- **RADIO PARIS**

Cargo	Conductora
Ciudad	Vinces
Tiempo	1 año

### **REFERENCIA PERSONALES**

- Sr. William Moreno  
**LOCUTOR PROFESIONAL**  
Telf. 089864025
- Lcdo. Seeler Morales  
**JEFE DE RR.PP.**  
**MUNICIPIO DE VINCES**  
Telf. 082633659
- Sr. Rolando Jiménez  
**PERIODISTA PROFESIONAL**  
Telf. 099691032