



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

LA MÚSICA REGGAETÓN Y SU INCIDENCIA EN EL LENGUAJE DE LOS JÓVENES DE LOS COLEGIOS DE PELILEO DURANTE EL PERÍODO SEPTIEMBRE 2011 – FEBRERO 2012.

Trabajo de Graduación previa a la obtención del Título de Licenciado en Comunicación Social.

AUTOR:

Carlos Bladimir Barrera Sánchez

TUTORA:

Dra. Mg. María Elena Medina

Ambato – Ecuador

2014

APROBACIÓN DEL TUTOR

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el tema LA MÚSICA REGGAETÓN Y SU INCIDENCIA EN EL LENGUAJE DE LOS JÓVENES DE LOS COLEGIOS DE PELILEO DURANTE EL PERÍODO SEPTIEMBRE 2011 – FEBRERO 2012 del Sr. Carlos Bladimir Barrera Sánchez, Egresado de la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho trabajo de Graduación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a Evaluación del Tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, 06 de Mayo del 2014

.....

Dra. Mg. María Elena Medina

TUTORA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los Miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema LA MÚSICA REGGAETÓN Y SU INCIDENCIA EN EL LENGUAJE DE LOS JÓVENES DE LOS COLEGIOS DE PELILEO DURANTE EL PERÍODO SEPTIEMBRE 2011 – FEBRERO 2012, presentado por la Sr. Carlos Bladimir Barrera Sánchez, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la U.T.A.

Ambato,.....

Para constancia firma:

.....
Presidente

.....
Miembro

.....
Miembro

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación LA MÚSICA REGGAETÓN Y SU INCIDENCIA EN EL LENGUAJE DE LOS JÓVENES DE LOS COLEGIOS DE PELILEO DURANTE EL PERÍODO SEPTIEMBRE 2011 – FEBRERO 2012, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones, y propuestas son de responsabilidad del autor.

Ambato, 06 de Mayo del 2014

EL AUTOR

.....
Carlos Bladimir Barrera Sánchez

C.I. 1803615671

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos en línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, 06 de Mayo del 2014

EL AUTOR

.....
Carlos Bladimir Barrera Sánchez

C.I. 1803615671

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo dedico con todo mi cariño a los jóvenes de los colegios de Pelileo quienes fueron el pilar fundamental para la elaboración del presente trabajo de investigación.

AGRADECIMIENTO

Agradecer a todos los docentes de la facultad en especial a la Dra. María Elena Medina y al Dr. Alex Tamayo quienes me impartieron sus conocimientos para el desarrollo de la presente investigación.

A mi esposa, a mi hijo y a mis padres por haber sido el pilar fundamental en el cumplimiento de mis metas.

ÍNDICE GENERAL

	PAGINA
Portada.....	i
Página de aprobación del tutor.....	ii
Página de Autoría del trabajo de Graduación.....	iii
Página de aprobación de los jurados calificadores.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice.....	vii
Índice de cuadros.....	xi
Índice de gráficos.....	xii
Resumen Ejecutivo.....	xiii
Introducción.....	1

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Tema.....	2
Planteamiento del Problema.....	2
Contextualización.....	2
Análisis Crítico.....	5
Prognosis.....	8
Formulación del Problema.....	8
Preguntas Directrices.....	8
Delimitación de la investigación.....	8
Justificación.....	9
Objetivos.....	10
Objetivo General.....	10
Objetivos Específicos.....	10

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la investigación.....	11
Fundamentaciones.....	12
Fundamentación Filosófica.....	12
Fundamentación Legal.....	13
Fundamentación Axiológica.....	14
Fundamentación Ontológica.....	15
Fundamentación Sociológica.....	15
Fundamentación Epistemológica.....	16
Categorías fundamentales.....	17
Hipótesis.....	56
Señalamiento de variables.....	56

CAPITULO III

METODOLOGÍA

Enfoque de la Investigación.....	57
Modalidad de la investigación.....	57
Nivel de investigación.....	58
Población y Muestra.....	58
Población.....	58
Muestra.....	58
Operacionalización de variables.....	60
Recolección de la información.....	62
Procesamiento de la información.....	64

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Análisis e interpretación de los resultados.....	67
Verificación de hipótesis.....	80

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones.....	84
Recomendaciones.....	85

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

Datos informativos.....	86
Antecedentes de la propuesta.....	87
Justificación.....	87
Objetivos.....	88
Análisis de factibilidad.....	88
Fundamentación.....	90
Metodología.....	95
Administración.....	100
Previsión de la evaluación.....	101

ANEXOS

Bibliografía.....	102
Anexos.....	104

ÍNDICE DE CUADROS

	PAGINA
Cuadro #1 Población.....	58
Cuadro # 2 Variable Independiente.....	60
Cuadro # 3 Variable Dependiente.....	61
Cuadro # 4 Procedimiento de recolección de información.....	63
Cuadro # 5 Relación de objetivos específicos, conclusiones y recomendaciones.....	65
Cuadro # 6 Música preferida.....	67
Cuadro # 7 Horario preferido.....	69
Cuadro # 8 Medio de comunicación predilecto.....	70
Cuadro # 9 Horas diarias.....	71
Cuadro # 10 Radiodifusión Adecuada.....	72
Cuadro # 11 El porqué de las letras.....	74
Cuadro # 12 Reggaetón vs valores.....	75
Cuadro # 13 Reggaetón y su influencia en el lenguaje.....	76
Cuadro # 14 Agresividad.....	77
Cuadro # 15 Problemas con sus allegados.....	79
Cuadro # 16 Matriz de frecuencias observadas.....	82
Cuadro # 17 Matriz de frecuencias esperadas.....	82
Cuadro # 18 Cálculo del Chi cuadrado.....	83
Cuadro # 19 Recursos Económicos.....	89
Cuadro # 20 Modelo operativo.....	95
Cuadro # 21 Programas radiales de música reggaetón con más rating.....	96
Cuadro # 22 Guión y libreto para el programa de música reggaetón educativo.....	96

ÍNDICE DE GRÁFICOS

PAGINA

Gráfico # 1 Superordinación conceptual.....	17
Gráfico # 2 Subordinación conceptual: Variable Independiente.....	18
Gráfico # 3 Subordinación conceptual: Variable Dependiente.....	19
Gráfico # 4 Música preferida.....	68
Gráfico # 5 Horario preferido.....	69
Gráfico # 6 Medio de comunicación predilecto.....	70
Gráfico # 7 Horas diarias.....	71
Gráfico # 8 Radiodifusión Adecuada.....	73
Gráfico # 9 El porqué de las letras.....	74
Gráfico # 10 Reggaetón.....	75
Gráfico # 11 Reggaetón y su influencia en el lenguaje.....	76
Gráfico # 12 Agresividad.....	78
Gráfico # 13 Problemas con sus allegados.....	79

RESUMEN EJECUTIVO

El Capítulo I del presente trabajo de investigación define el problema a ser investigado con claridad y exactitud, con sus causas y efectos, delimitando el tiempo y espacio, lo cual permite detallar tanto los objetivos generales como también los específicos que se requiere alcanzar con esta investigación.

El Capítulo II extracta investigaciones anteriores efectuadas con el apoyo de textos científicos que tratan sobre el mismo problema, esto sustenta el trabajo de investigación realizado; aquello resume en ordenadores gráficos de Súper-ordinación y Sub-ordinación conceptual.

El Capítulo III puntualiza mediante la operacionalización de variables la conceptualización de cada una, esto ayuda a identificar las categorías con sus indicadores los que indican donde se produce el problema.

En el Capítulo IV consta la tabulación, con su respectivo análisis e interpretación de los resultados obtenidos de las entrevistas y encuestas aplicadas, con lo que a continuación se verifica la hipótesis.

El Capítulo V da a conocer las conclusiones extraídas luego del respectivo análisis de los resultados de las encuestas y por ende las recomendaciones como posible solución al problema.

El Capítulo VI muestra la propuesta planteada en la investigación que es el diseño de un programa radial de música reggaetón educativo, en la que participan también los jóvenes y los involucra en la solución al problema, con la finalidad de recuperar el lenguaje oral con valores de la juventud

INTRODUCCIÓN

La música reggaetón se ha convertido en uno de los géneros musicales predilectos por la juventud de hoy en día, es así que dicho género no solo ha influido musicalmente en el gusto de los jóvenes sino también ha impuesto su forma de vestir y el lenguaje oral con el que se expresan en dichas canciones; todo esto se ha constituido como una moda de la sociedad juvenil.

La presente investigación tiene por objeto analizar la importancia de contar con una programación radial de música reggaetón educativa para obtener una mejora en el lenguaje oral de los jóvenes y de esta manera recuperar los valores sociales que se están perdiendo.

El objetivo de toda institución educativa es mantenerse como líder en el ámbito educativo y formativo de los jóvenes esto se logra con la calidad de atención que les prestemos a nuestros estudiantes ya que es la parte más fundamental dentro de una institución.

Para muchas instituciones se presenta el desafío de conocer ¿cómo llegar a la correcta formación educativa y moral de los estudiantes? Una técnica fundamental para poder responder exitosamente a esa pregunta es la correcta educación dentro de cada hogar, ya que de los padres depende el inculcar valores sociales a sus hijos; es en el hogar donde deben enseñar a sus hijos a discernir lo bueno de lo malo y también a que aprendan a valorar nuestra cultura.

El presente estudio pretende recopilar algunos conceptos y desarrollar unos propios acerca de la música reggaetón y su influencia en el lenguaje oral de los jóvenes.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Tema

“La música reggaetón y su incidencia en el lenguaje de los jóvenes de los colegios de Pelileo durante el período Septiembre 2011 – Febrero 2012”

Planteamiento del Problema

Contextualización

Macro.

Según **García, I. (2006)**, en su tesis *Caracas perrea: una aproximación a la sensibilidad urbana a través del reggaetón*; la música reggaetón es el resultado de ritmos musicales como el reggae y el hip hop, que han llegado a tener una gran trascendencia, no solo en los medios de comunicación sino también en las personas, en su forma de vestir, su forma de hablar y su forma de comportarse.

Con influencias de reggae jamaicano, el hip hop norteamericano y diferentes ritmos puertorriqueños, el reggaetón se ha convertido en uno de los principales estilos musicales de la actualidad. Los cantantes por mayoría abrumadora masculinos, se visten como los gangsta rap norteamericanos. Sus fraseos han impuesto una nueva jerga en el hablar cotidiano, con vocablos como “perreo”, “guasa” y “presea”, sus letras son de alto voltaje sexual.

El reggaetón no solo ha marcado tendencia en el estilo de vestimenta o en el tipo de palabras que usa, también ha expresado ideologías marcadas de contenido sexual, especialmente denigrando al género femenino. Se ha observado que las

canciones de reggaetón contienen un discurso muy marcado hacia la imagen de la mujer, en su mayoría están orientadas hacia lo sexual, las letras son sexistas y ponen a la mujer en calidad de objeto; además se utilizan muchos términos como “agárrala, pégala, azótala”, inclusive el ritmoailable es muy erótico e induce al sexo y a la morbosidad ya que permite explorar sus cuerpos y el contenido literal en su mayor parte se reduce al sexo y desamor.

Según **Romero, Vásquez y García (2009:15)**, en su tesis menciona que el reggaetón no pasa por sus mejores momentos en los países caribeños y en nuestro país ejerce una influencia en la juventud que se encuentra atrapada en este ritmo musical. Hay que anotar, que las principales autoridades antinarcóticos y de justicia de varios países han abogado por la prohibición en la radio de las canciones de reggaetón que aseguraron, promueven el consumo de estupefacientes, bebidas alcohólicas y problemas de personalidad.

Meso.

Según el profesor de música de una de las instituciones el **Lic. Luis Chango (2012)**, el género musical reggaetón siempre hará que surjan al menos tres corrientes de opinión: los adeptos fáciles que se dejan arrastrar por cualquier moda, los opositores y finalmente, los indiferentes que por diversos motivos apenas se dan cuenta de lo que ocurre en el medio que los rodea.

Según el padre de familia **Oswaldo Barrera (2012)**, sostiene que el reggaetón puede ser cualquier cosa menos música, porque carece de armonías, en otras palabras es muy pobre musicalmente hablando. Predomina el ritmo fuerte como si el objetivo fuera aturdir a los oyentes y su cacareado ritmo contagioso, se reduce a cero cuando se escucha a bajo volumen. Como es de esperar en una “música” con las características citadas, las letras con frecuencia tienen contenidos ligados al sexo, violencia, droga y condiciones pre delincuenciales. Pero lo que es peor, proyecta un mensaje machista y de abuso que rebaja y subyuga a la mujer.

Personalmente opino que los niños y los jóvenes en Tungurahua, incorporan por simple imitación los modales y actitudes de los “reggaetoneros”, los videos presentan un mundo irreal y exagerado y no pocas veces son contradictorios, porque si en realidad fuera arte de la calle y expresión del sentir de las barriadas, que se relacionan más con necesidades básicas no satisfechas y estrecheces económicas, no tienen por qué mostrar una faz de excesiva ostentación.

Desde la óptica tradicionalista, no se puede negar que el reggaetón choca contra todos los formalismos. Pero quizá lo importante no es responder si es bueno o es malo, sino más bien reforzar la tenue coraza que protege a los niños y jóvenes, que por el momento sigue siendo la educación integral en la que tienen un rol crítico los padres de familia y los maestros de las escuelas y colegios.

Micro.

Según **Romero y Vásquez (2011)**, en su tesis *Influencia de la música del reggaetón en la Conducta de los jóvenes de 15 a 18 años de la Ciudad de San Miguel en el año 2009*; menciona q es importante investigar sobre la influencia de la música reggaetón en la conducta de los jóvenes de 15 a 18 años porque, se observa con preocupación que los adolescentes se dejan influenciar de las nuevas tendencias musicales como el reggaetón, siendo indispensable estudiar estrategias comunicacionales q contribuyan a manejar la conducta de los jóvenes.

Según el **Sr. Homero Carrasco (2012)** padre de familia de uno de los estudiantes nos dice que, están siendo influenciados por este género musical, indica que muchos de los jóvenes adoptan la forma de vestir y otras manifestaciones, que obviamente no son propias del medio en el que viven, además de otros cambios que sin duda alguna deben tomarse muy en cuenta, como la actitud frente a los problemas de la vida, ya que pueden estar expuestos a una pérdida total de valores, costumbres y enseñanzas.

De acuerdo al **Lic. Segundo Sánchez (2012)** los jóvenes tienen libre acceso a cualquier tipo de género musical, sin antes tener una crítica de discernimiento de los contenidos que reciben a través de tal o cual género musical, por ello es importante determinar qué tipo de influencia reciben por medio de la difusión radial del reggaetón, que como es notorio ha ganado terreno con respecto a otros géneros musicales propios del país.

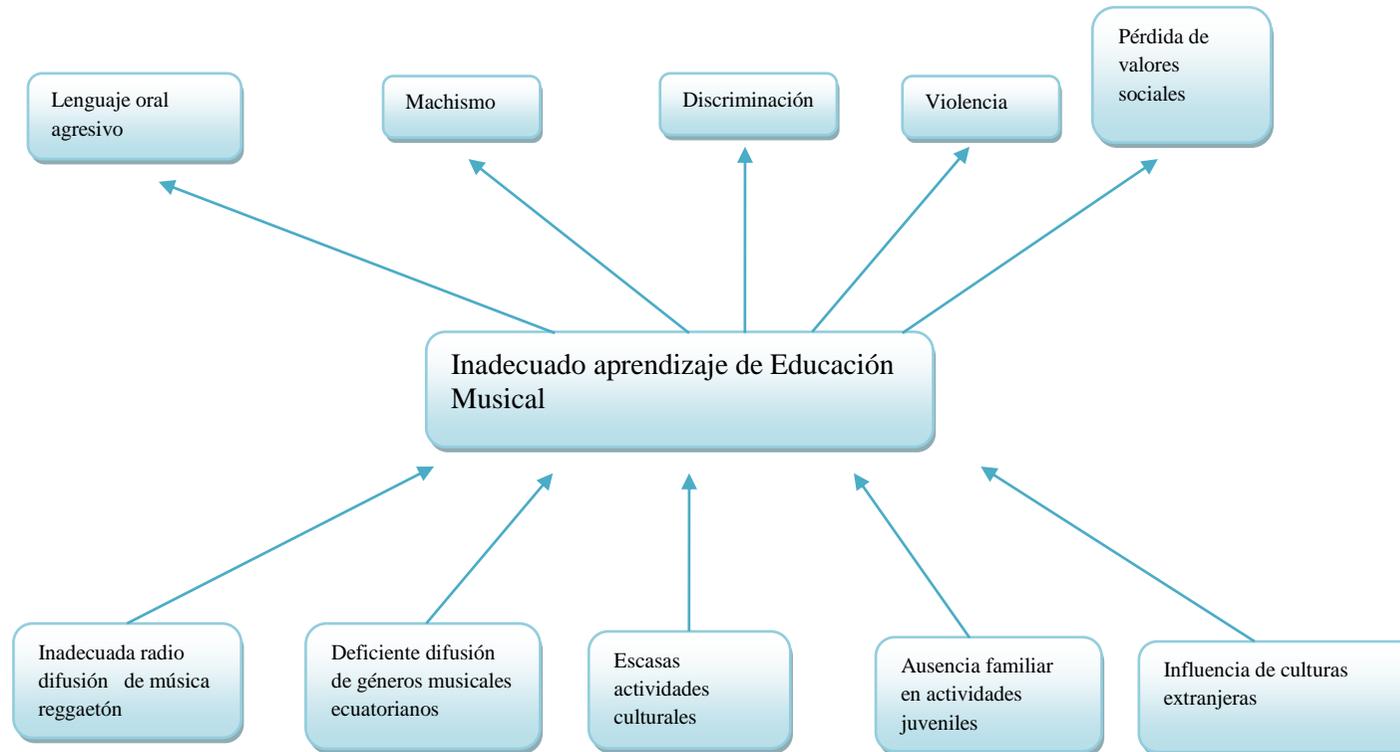
Análisis Crítico

La música, cualquiera que sea el género tiene influencia en las personas, siempre habrá un efecto mientras más se escuche tal o cual tipo de canción, por ello es importante puntualizar cuál es ese tipo de influencia en los diferentes estratos sociales.

Los géneros musicales tradicionales han sido desplazados a causa de la aparición de otros géneros, muchas de las veces este desplazamiento se debe a que el reggaetón, tiene más acogida en los medios de comunicación, sobre todo en la radio, por lo tanto se incrementa la demanda de oyentes que buscan programas que contengan un cien por ciento de música reggaetón, entonces, los medios tienen que recurrir a poner este género en el total de su programación, es decir se han creado ya programas dedicados al reggaetón.

Una de las consecuencias de la influencia de este género musical, es la rebeldía que provoca en los jóvenes, asumen un papel preponderante y dominante ante todo el mundo que los rodea, tanto así que provoca en ellos un descontento con la misma sociedad, empezando por su propio hogar, que muchas veces lo dejan o abandonan a causas de la influencia del contenido musical de este género reggaetón. En la radiodifusión mediante la comunicación social existen varios mecanismos q permiten difundir los programas de reggaetón los mismos que emitan contenidos educativos que permita a los jóvenes separar lo constructivo y lo dañino de este género musical.

Árbol de problemas



Prognosis

De no encontrar alternativas de solución a esta problemática seguiremos dejando que los jóvenes tengan un cambio en las distintas formas de la vida cotidiana, existirá cambios en el lenguaje, no solo en lo corporal sino en lo escrito y lo verbal, provocaría cambios en los valores morales y sociales, en las relaciones sociales provocaría exclusión y por ende que el joven adquiriera un carácter agresivo.

Si la radiodifusión de música reggaetón incide de manera negativa en el lenguaje de los jóvenes, podrían adoptar costumbres que afecten la manera de vida y las relaciones con el resto de la sociedad.

Formulación del Problema

¿Cómo influye la inadecuada radiodifusión de música reggaetón en el lenguaje oral de los jóvenes de los colegios de Pelileo durante el período Septiembre 2011 – Febrero 2012?

Preguntas Directrices

- ¿Es adecuada la radiodifusión de la música reggaetón?
- ¿Es agresivo el lenguaje oral en los jóvenes?
- ¿Qué alternativa de solución existe al problema planteado?

Delimitación de la Investigación

Campo: Comunicación Social

Área: Comunicación para el desarrollo

Aspecto: Edu-comunicación

Espacio: Colegios de Pelileo.

Tiempo: 2011 -2012

Unidades de Estudio: Estudiantes de los colegios.

Justificación

La presente investigación tiene como finalidad encontrar el problema porque los programas de música reggaetón no se difunde con la importancia que amerita; puesto que aquello debería generar un impacto necesario en la juventud y así se iría recuperando la adecuada expresión oral de los jóvenes.

Por ello se ha considerado necesario trabajar con estudiantes de los colegios que se educan dentro de los planteles ya que la educación y la difusión radial de estos programas despertarán aún más el interés por investigar y discernir lo bueno de lo malo que se encuentra inmerso en este género musical.

La investigación es factible porque existe el acceso necesario a las diferentes unidades de observación y sus autoridades educativas están conscientes de la problemática planteada y aparte de brindar las facilidades para la investigación con el fin de generar soluciones alternativas al problema planteado.

Los beneficiarios de este proyecto de investigación serán todos los estudiantes de los colegios de Pelileo, ya que con la presente investigación se pretende establecer las posibles causas por las cuáles la difusión radial de la música reggaetón influye en el lenguaje oral de los jóvenes, y a la vez contribuir con una adecuada radiodifusión que permita recuperar los valores perdidos en el lenguaje oral de los jóvenes.

Objetivos

Objetivo General

Estudiar cómo incide la radiodifusión de música reggaetón en el lenguaje oral de los jóvenes de los colegios de Pelileo durante el período Septiembre 2011 – Febrero 2012.

Objetivos Específicos

- Describir la teoría sobre la música reggaetón, su mensaje, contenidos, influencia en el lenguaje oral de los jóvenes.
- Detectar los horarios de difusión radial de música reggaetón con más rating para difundir la propuesta.
- Proponer solución al problema planteado.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la Investigación

La presente investigación se realizará por primera vez, ya que en la población donde se realizará, no se ha ejecutado ningún proyecto referente al tema planteado en este trabajo, y así determinar qué tipo de influencia tiene la radiodifusión del reggaetón en el lenguaje oral de los jóvenes, sin embargo se han realizado investigaciones que se relacionan con cambios en el lenguaje de los jóvenes debido a otros factores distintos al de este proyecto, de las cuales se ha llegado a las siguientes conclusiones.

Según **Iván Reinoso (2004)** en su tesis “La programación radiofónica en Panamericana (La Mega 92.9FM) y su influencia en la educación cultural de la juventud de la zona urbana del cantón Quero”, concluye que la mayoría de las personas que escuchan radio lo hacen por los programas musicales, por lo que un programa musical no admite demasiada atención, la influencia en estos programas musicales es evidente. Otra de las afirmaciones que se ha investigado es que los anti valores nacen en la calle, es decir de las influencias externas, entre ellas estaría el género musical del reggaetón.

En esa investigación también se indica la necesidad de crear a través de los medios de comunicación, programas que ayuden a fortalecer la identidad de los jóvenes, ya que son permanentemente bombardeados por factores externos como el género musical reggaetón, que no es propio del país.

Según **Darío Vaca (2004)** en su tesis “La influencia de la música RAP transmitida en Radio Canela en la incorrecta expresión oral de la juventud de 15 a

21 años de la Ciudadela España”, concluye que el 60% de los jóvenes son influenciados por la música rap en el año 2004, lo cual indica que al año de esta investigación la influencia cambiaría, porque la música que está de moda es el reggaetón; el comportamiento de los jóvenes por esta influencia se ve reflejada en las calles y los medios generalizan al género reggaetón durante su programación. Indica también que el principal elemento de influencia de la música en general es el modo de hablar por imitación, lo que la juventud asimila como modelo a seguir de los cantantes que la interpretan.

Los medios de comunicación como la radio no han hecho más que propagar este género musical sin dar una alternativa de solución a este problema de influencia del reggaetón. Finalmente hace una conclusión que indica que los programas musicales incentivan de cierta manera a consumir productos extranjeros, como ropa, accesorios, música y los comportamientos; la mayoría de jóvenes no respetan las costumbres propias de la sociedad y se dedican a imitar todo lo que ven y escuchan de otros países, a ellos les llama la atención todo lo nuevo y extravagante, por lo que tratan de descartar de su formación los temas relacionados a sus raíces y comportamientos.

FUNDAMENTACIONES

Fundamentación Filosófica

La presente investigación se encuentra ubicada en el paradigma críticopropositivo; éste introduce la ideología de forma explícita y la auto reflexión crítica en los procesos del conocimiento, tiene como finalidad la transformación de la estructura de las relaciones sociales y dar respuesta a determinados problemas generados por éstas, es crítico porque realiza una exploración a la realidad, debido a la influencia de la música, específicamente por el género reggaetón; y propositivo porque busca plantear una alternativa de solución al problema de investigación utilizando los recursos didácticos y su incidencia en el lenguaje oral de los estudiantes que son sujeto de estudio.

Fundamentación Legal

El presente trabajo basado en la ley Orgánica de Educación Intercultural en el capítulo III en el cual menciona la formación integral de los jóvenes, motivo por el cual está enmarcado en la investigación de esta mencionada formación, con la influencia de factores como la música. Según la Ley Orgánica de Educación Intercultural, los jóvenes están en la obligación de fomentar el buen desarrollo educacional, por lo tanto es prescindible que esta investigación se realice para ayudar a tener criterio referente al tema aquí indagado.

Este trabajo está de acuerdo con lo que dice la Constitución de la República en el Art. 350 y dice: El sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo.

De acuerdo a la Ley Orgánica de Educación Superior de los fines de la educación superior dice que la educación superior de carácter humanista, cultural y científica constituye un derecho de las personas y un bien público social que, de conformidad con la Constitución de la República, responderá al interés público y no estará al servicio de intereses individuales y corporativos.

Una de las cosas de la educación superior es aportar al desarrollo del pensamiento universal, a la extensión de la producción científica, fortalecer en las y los estudiantes un espíritu reflexivo orientado al logro de la autonomía personal, con libertad de pensamiento. Además que se debe contribuir al conocimiento, preservación y enriquecimiento de los saberes ancestrales y de la cultura nacional a través del desarrollo local y nacional de manera permanente, a través del trabajo comunitario o el desenvolvimiento universitario.

Para el Reglamento de Régimen Académico del Sistema Nacional de Educación es importante que los estudiantes de las instituciones del Sistema Nacional de Educación Superior, durante su proceso de formación profesional, deben cumplir el número de horas de actividades de vinculación con la colectividad y prácticas pre profesionales en los campos de su especialidad, las actividades de vinculación con la colectividad y prácticas pre profesionales en los campos de su especialidad constituyen uno de los requisitos obligatorios de graduación.

Finalmente en el Reglamento de Régimen Académico del Sistema por Competencias para el Pregrado de la Universidad Técnica de Ambato tiene por objetivo preparar a profesionales y líderes con pensamiento crítico y conciencia social, de manera que ayuden eficazmente al mejoramiento de la producción intelectual de bienes y servicios, de acuerdo con las necesidades presentes y futuras de la sociedad y también realizar actividades de ramificación orientadas a vincular su trabajo académico con todos los sectores de la sociedad, sirviéndola mediante programas de apoyo a la comunidad, a través de consultorías, asesorías, investigaciones, estudios, capacitación y más.

Fundamentación Axiológica

La axiología como teoría del valor o de lo que se considera valioso, no sólo trata de los valores positivos, sino también de los valores negativos, analizando los principios que permiten considerar que algo es o no valioso, y considerando los fundamentos de tal juicio debemos decir que son valores de orden práctico, miran las acciones del hombre en cuanto proceden de su voluntad y no de la obra que llevan a cabo. Ellos determinan el valor de la persona humana, estos valores son relativos y cambiantes.

Los valores que son en sí intrínsecos, se hacen instrumentales a través de la educación y así pasa a ser extrínsecos o socialmente valorables, así, el valor una vez conseguido, le empuja superarlo, tampoco existe acción humana o educativa

donde se pueda frenar el intento de superación hacia metas superiores, todo valor tiene como una de sus características la bipolaridad o antivalor.

Fundamentación Ontológica

La ontología es aquello que estudia el ser en cuanto ser, el interés por estudiar el ser se origina en la historia de la filosofía, cuando esta surge de la necesidad de dar explicaciones racionales, no mitológicas, a los fenómenos del mundo físico, es por esto que se hará la investigación para determinar a los jóvenes como seres y como ellos se definen en relación al género reggaetón como eres, entonces se constituye a esta investigación la Ontología como lo real es igual al ser, y el ser es igual al fundamento de toda realidad.

Fundamentación Sociológica

La sociología estudia al hombre en su medio social, es decir, en el seno de una sociedad, cultura, país, ciudad, clase social, etcétera. La sociología no estudia la sociedad como "suma de individuos", sino que estudia las múltiples interacciones de esos individuos que son las que le confieren vida y existencia a la sociedad, es decir, se basa en la idea de que los seres humanos no actúan de acuerdo a sus propias decisiones individuales, sino bajo influencias culturales e históricas y según los deseos y expectativas de la comunidad en la que viven. Así, el concepto básico de sociología es la interacción social como punto de partida para cualquier relación en una sociedad.

Fundamentación Epistemológica

La concepción de cómo se genera el conocimiento científico a través de las diferentes épocas, ha tenido generalmente un mensaje con una determinada forma de entender como aprenden las personas, en este caso los jóvenes; de la consideración de ambas se han deducido estrategias o modos de enseñar. A la luz de estas relaciones se han analizado diversos modelos de enseñanza, aprendizaje

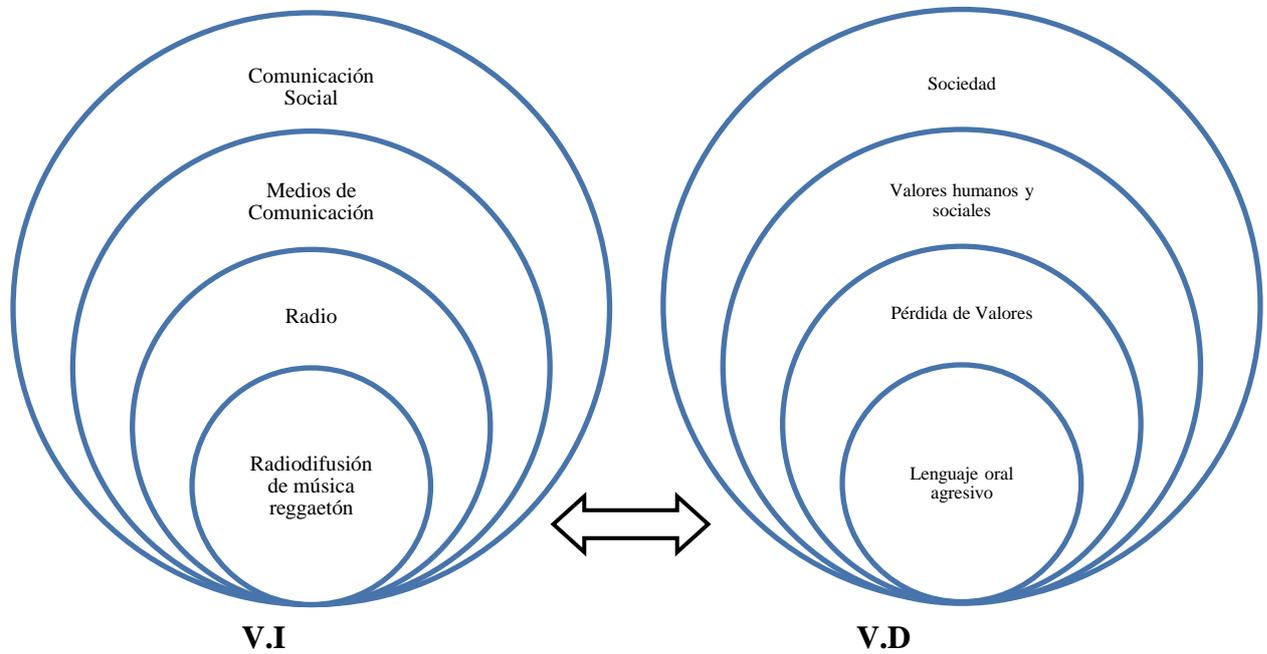
que el docente utiliza en el aula, de cuyas bases epistemológicas y psicológicas no siempre es consciente.

La Ciencia se puede presentar a los estudiantes como un conjunto de contenidos cerrados o definitivos; o puede transmitirse como una materia en continuo proceso de elaboración, que se genera en la medida que trata de dar respuesta a problemas científicos que la humanidad sucesivamente plantea.

Se puede concebir la ciencia como una materia de conocimiento acumulado que crece de manera vertical, donde cada científico agrega un piso más a los ya consolidados, o puede entenderse como un cuerpo de conocimientos en continuo crecimiento basado en sucesivas rectificaciones, resultado de la superación de múltiples obstáculos y rupturas paradigmáticas.

CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

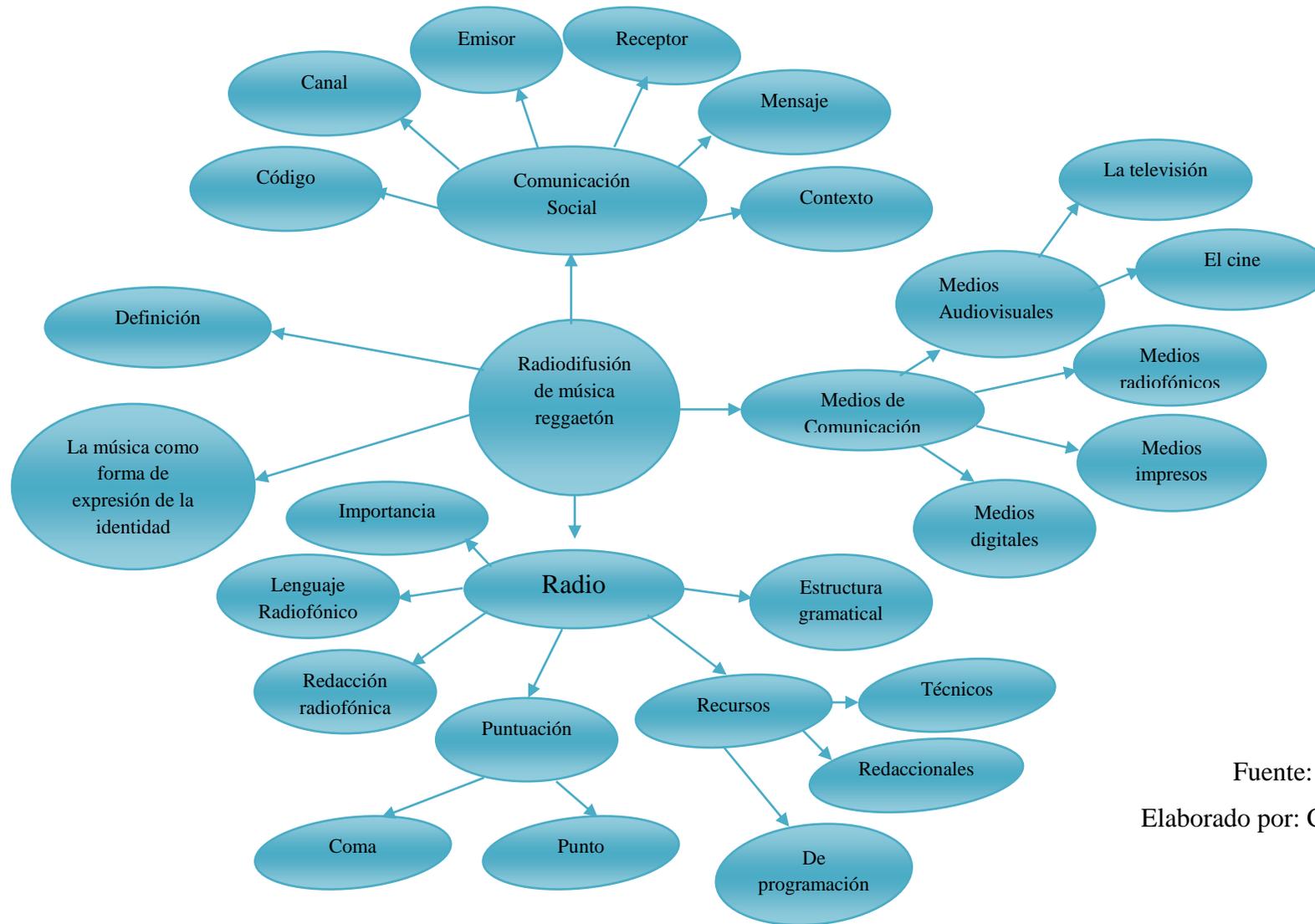
- **Superordinación conceptual**



Fuente: Investigación

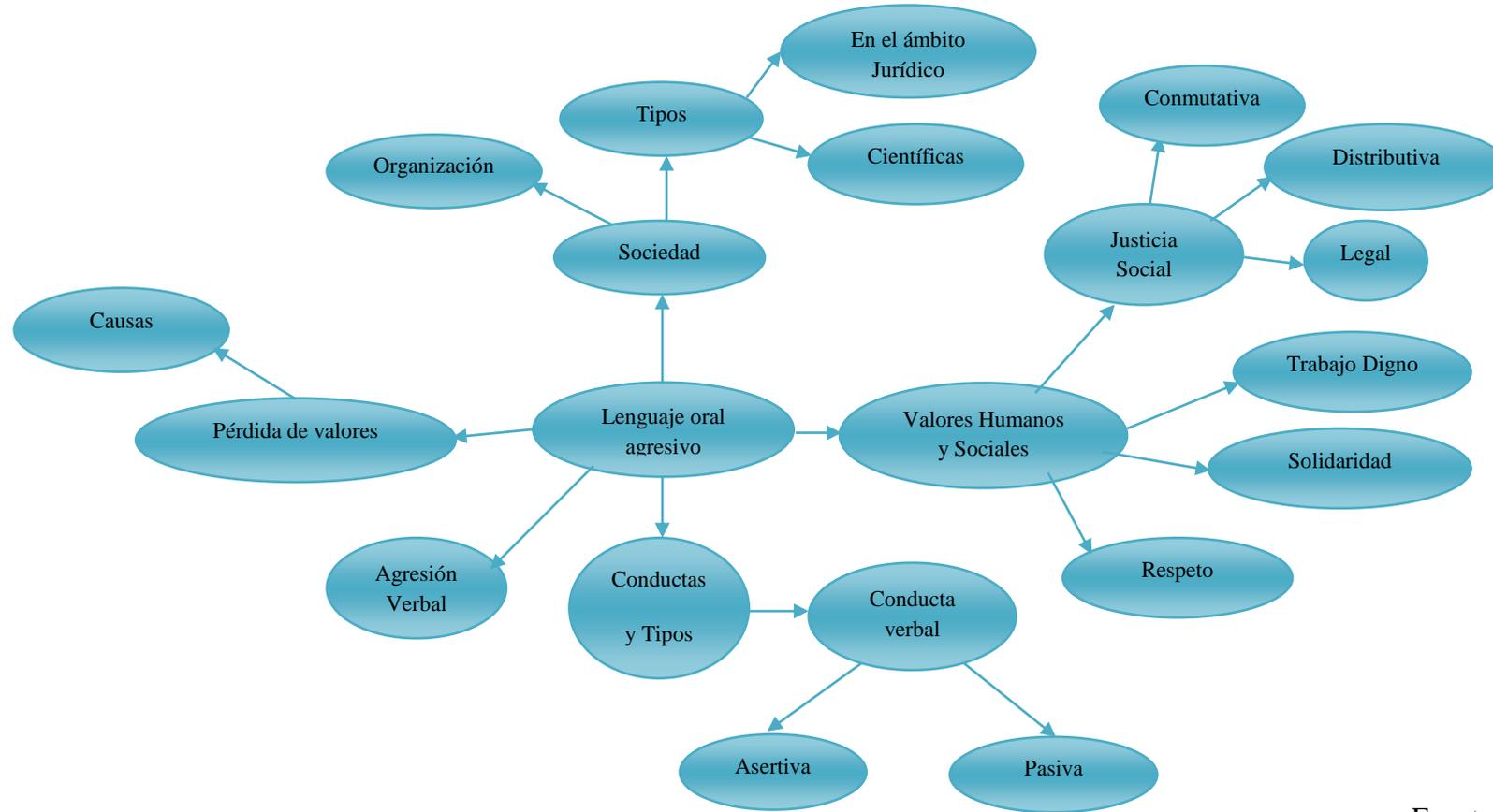
Elaborado por: Carlos Barrera

Subordinación conceptual - Variable Independiente: Radiodifusión de música reggaetón



Fuente: Investigación
Elaborado por: Carlos Barrera

Subordinación conceptual - Variable Dependiente: Lenguaje oral agresivo



Fuente: Investigación
Elaborado por: Carlos Barrera

Categorías Fundamentales

Variable Independiente

Comunicación Social

Según Mendizábal y Cucurella (2001), en su libro *Comunicación en el Tercer Milenio* nos dice que la comunicación social es un campo de estudios interdisciplinarios que investigan la información y la expresión, los medios de difusión masivos y las industrias culturales.

La comunicación es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes.

Por otro lado la comunicación también ha desarrollado sus propias teorías y métodos y, al tener relación inmediata con cada una de las ciencias que se enmarcan dentro del quehacer social, ha ido adoptando, de acuerdo a sus necesidades, las diferentes herramientas y técnicas de cada una de ellas.

Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como “el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales”. Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor destinado, pero el receptor no necesita estar presente ni consciente del intento comunicativo por parte del emisor para que el acto de comunicación se realice. En el proceso comunicativo, la información es incluida por el emisor en un paquete y canalizada hacia el receptor a través del medio. Una vez recibido, el receptor decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.

El funcionamiento de las sociedades humanas es posible gracias a la comunicación. Esta consiste en el intercambio de mensajes entre los individuos. Desde un punto de vista técnico se entiende por comunicación el hecho que un determinado mensaje originado en el punto A llegue a otro punto determinado B, distante del anterior en el espacio o en el tiempo. La comunicación implica la transmisión de una determinada información. La información como la comunicación supone un proceso; los elementos que aparecen en el mismo son:

- **Código.-** el código es un sistema de signos y reglas para combinarlos, que por un lado es arbitrario y por otra parte debe de estar organizado de antemano.
- **Canal.-** el proceso de comunicación que emplea ese código precisa de un canal para la transmisión de las señales. El canal sería el medio físico a través del cual se transmite la comunicación. La radiocomunicación es un sistema de telecomunicación que se realiza a través de ondas de radio u ondas hertzianas.
- **El Emisor.-** es la persona que se encarga de transmitir el mensaje. Esta persona elige y selecciona los signos que le convienen, es decir, realiza un proceso de codificación, codifica el mensaje.
- **El Receptor.-** es aquella persona a quien va dirigida la comunicación; realiza un proceso inverso al del emisor, ya que descifra e interpreta los signos elegidos por el emisor; es decir, decodifica el mensaje.
- **Mensaje.-** naturalmente tiene que haber algo que comunicar, un contenido y un proceso que con sus aspectos previos y sus consecuencias motive el mensaje.
- **Contexto.-** las circunstancias que rodean un hecho de comunicación se denominan contexto situacional (situación), es el contexto en que se transmite el mensaje y que contribuye a su significado.

La sociedad es el conjunto de personas que interaccionan entre sí y comparten ciertos rasgos culturales esenciales, cooperando para alcanzar metas comunes.

Medios de Comunicación

Según García Antonio (1980), en su libro: *¿Comunicación para la dependencia o para el Desarrollo?*, menciona que en el vertiginoso desarrollo de las comunicaciones, especialmente de los medios electrónicos, es uno de los fenómenos más sobresalientes de la revolución científico – tecnológica de la actualidad. Prominentes sociólogos y futurólogos coinciden en que la sociedad postindustrial ya se ha convertido en una sociedad de información y comunicación , caracterizada por el hecho de que debido a su insaciable demanda de conocimientos de todo tipo, depende de sistemas y métodos cada vez más eficientes e intrincados de información y comunicación.

Sin embargo, en lo que se refiere a los países atrasados, este desarrollo no deja de suscitar serias inquietudes. Es muy conocido el inadecuado uso que se hace por ejemplo en la gran mayoría de los países latinoamericanos de la comunicación social para fines de un auténtico desarrollo y cambio social.

Por más que sociólogos y comunicadores vienen insistiendo en la necesidad de utilizar los medios de comunicación para promover programas y proyectos de desarrollo económico social, para estimular la concienciación y participación de las mayorías en el proceso de transformación, para robustecer la democratización de las estructuras y el desarrollo de la cultura nacional. Con pocas excepciones los sistemas de comunicación imperantes siguen sirviendo a otros dioses.

Según El Tiempo (Internet: 1995) en su artículo; *¿QUÉ SON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?*, los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar de manera masiva. Día a día, los individuos y las comunidades acceden a material informativo que

describe, explica y analiza datos y acontecimientos políticos, sociales, económicos y culturales, tanto a nivel local como en el contexto global. Para comienzos del siglo XXI, y en sociedades de todas las regiones del mundo, los periódicos, estaciones radiales y páginas web son ejemplos de la naturaleza de los medios de comunicación.

En nuestras sociedades, estos canales son esenciales para el establecimiento y desarrollo de todo proceso de interacción humana. Los medios de comunicación son la materialización física de la necesidad de relacionarse entre sí que tienen todos los humanos. Mediante ellos se describen situaciones y problemas propios de nuestra realidad y, en la mayor parte de las oportunidades, se plantean análisis que contribuyen a su discusión. Los medios de comunicación permiten establecer procesos de intercambio de conocimientos y debates de carácter social.

División de los medios de comunicación por su estructura física

Los medios de comunicación se dividen, por su estructura física, en:

Medios audiovisuales.- A rasgos generales, los medios audiovisuales son los que pueden ser escuchados y vistos. Es decir, los dispositivos que se basan en imágenes y sonidos para transmitir la información, como es el caso de la televisión y el cine.

La televisión.- Desde su aparición en los años 30 hasta comienzos del siglo XXI, la televisión ha sido el medio con mayores índices de público o audiencia a nivel mundial. Esto se debe a sus características como herramienta informativa: su inmediatez en el cubrimiento de acontecimientos, los recursos que utiliza (imágenes, sonido, presentadores, set's de grabación) y, sobre todo, la posibilidad que ofrece de ver los hechos y a sus protagonistas-en tiempo real y a kilómetros de distancia. Aún hoy en día, con la llegada de nuevos medios de comunicación, la televisión mantiene su nivel de influencia sobre la mayor parte de los sectores de la sociedad, pues sus dispositivos son baratos y de fácil acceso.

A nivel formal, la televisión plantea el uso de una gran variedad de formatos a la hora de transmitir la información. Entre ellos sobresalen noticieros, telenovelas, documentales, reportajes, entrevistas, programas culturales, pedagógicos y científicos, entre otros. Gracias al acelerado desarrollo tecnológico de las últimas décadas del siglo XX y las primeras del siglo XXI, cada formato conjuga imágenes, textos y sonidos, y, además, plantea un constante contacto e interacción con la teleaudiencia. Por todas estas razones, actualmente la televisión es un medio de comunicación que, se considera, plantea una reflexión sobre el carácter democrático de nuestras sociedades.

El cine.- El cine no ha sido considerado como un medio de comunicación informativo, a pesar de haber sido utilizado de esta manera en varias oportunidades. Es cierto que sus características audiovisuales le permiten funcionar como una poderosa plataforma de transmisión de mensajes, pero las dimensiones de su producción y los intereses de sus productores han hecho que, hasta el día de hoy, se lo considere como una entretención cultural, dedicada a la creación de historias, ficcionales y documentales, de alto impacto y con trascendencia emocional o histórica.

Medios radiofónicos.- La radio es el único medio que hace parte de los medios que transmiten información por medio de formatos sonoros. Su importancia radica en que es el medio que consigue la información con más facilidad, además de tener un proceso de producción mucho más sencillo que el de la televisión. Además de los pocos requerimientos que implica su producción, la radio no necesita de imágenes para comunicar, ni de un gran equipo de trabajadores; los periodistas radiales sólo necesitan estar en el lugar de los hechos, además de tener un micrófono y una cabina de sonido con la cual se logre hacer la emisión de la información al aire.

A pesar del creciente desarrollo tecnológico, para comienzos del siglo XXI la radio conserva su capacidad para emocionar e informar al mismo tiempo. Desde

su aparición en los años 20, los productores radiales se enfocaron en la transmisión de información basada en la creación sonora de imágenes y escenarios. Hoy en día, por medio de entrevistas con los protagonistas de las noticias y paisajes sonoros (ambientes, voces de personajes, canciones, entre otros) con los que se recrean universos o se evocan lugares, un programa de radio acompaña la cotidianidad de los oyentes: al tiempo que transmite la información, la radio genera emociones trascendentales en los oyentes.

De todas formas, las características técnicas de la radio hacen que los formatos sean más limitados que los de la televisión o el cine, por lo que la transmisión de información se hace mediante programas de entrevista-siempre intercalados con mensajes comerciales o música, paneles de discusión, transmisión de conciertos o de noticieros con pequeñas cápsulas informativas. Sin embargo, la experimentación de los productores de radio en búsqueda de transmitir sus historias siempre ha estado presente en formatos como el documental sonoro o la radio-arte.

Desde la década de 1980, la creación de nuevas emisoras se ha vuelto algo muy común en Colombia; con el alcance de la señal, el público ha seguido creciendo y diversificándose, y con la aparición de dispositivos móviles a finales del siglo XX, la transmisión de señal radial ha pasado a acompañar muchas más rutinas de los seres humanos. Para comienzos del siglo XXI, la radio demuestra tener más posibilidades como medio masivo que la televisión.

A diferencia de los medios audiovisuales, desde siempre, la radio ha llegado a más sectores de la sociedad y a más regiones del país, pues, por su naturaleza, sus dispositivos de transmisión pueden ser transportados con mayor facilidad; tan sólo se necesita de un pequeño radio de transistores, un walkman, un discman, un ipod, una grabadora o un equipo de sonido para escuchar un programa y disfrutar del maravilloso mundo de la radio.

Medios impresos.- Las revistas, los periódicos, los magazines, los folletos y, en general, todas las publicaciones impresas en papel que tengan como objetivo informar, hacen parte del grupo de los medios impresos. En la actualidad, el público consumidor ha relegado el papel de los medios impresos debido a varios factores: aparte de que para acceder a ellos se necesita de una cantidad de dinero considerable, con la aparición de los medios de comunicación audiovisuales, el interés por la lectura y por la información presentada de manera escrita pasó a un segundo plano.

Los consumidores de medios de comunicación han comenzado a acceder a varios de los contenidos publicados en medios impresos a través de internet, lo que ha generado cambios fundamentales en el acceso a la información. Los complejos sistemas de distribución de los medios impresos, además, no han podido cubrir en su totalidad al público lector en todas las regiones.

Medios digitales.- Desde finales de la década de 1980, las llamadas “nuevas tecnologías” comenzaron un proceso de masificación que definió el camino a seguir de los medios de comunicación. A partir de los medios digitales se construyeron nuevas plataformas informativas, alojadas en Internet y constituidas por herramientas audiovisuales, formatos de interacción y contenidos de carácter virtual. Con el desarrollo de nuevos modelos de computadores, desde la década de 1990, el público tuvo acceso a una forma novedosa de entender la transmisión de la información; no sólo los jóvenes o los amantes de la tecnología podían tener un computador y explorar en el infinito mundo de internet, ahora todos los individuos de la sociedad podrían leer, complementar y hasta crear sus propios medios de comunicación. En ese sentido, actualmente, los medios digitales se encuentran en un proceso de expansión hacia todos los sectores de la sociedad.

Entre los medios digitales sobresalen los blogs, las revistas virtuales, las versiones digitales y audiovisuales de los medios impresos, páginas web de divulgación y difusión artística, emisoras de radio virtuales, entre otros. La rapidez, la creatividad y la variedad de recursos que utilizan los medios digitales para

comunicar hacen de ellos una herramienta muy atractiva. Su variedad es casi infinita, casi ilimitada, lo que hace que, día a día, un gran número de personas se inclinen por ellos para crear, expresar, diseñar, informar y comunicar.

Estructura según su carácter

Los medios de comunicación, según su carácter, se dividen en:

Informativos

Su objetivo es, como su nombre lo indica, informar sobre cualquier acontecimiento que esté sucediendo y que sea de interés general. Los medios informativos más sobresalientes son los noticieros, las emisoras que emiten noticias durante casi todo el día, las revistas de análisis e información y, por supuesto, los periódicos o diarios informativos. Todos estos medios, en su gran mayoría, son diarios o semanales.

De entretenimiento.- Hacen parte de este grupo los medios de comunicación que buscan divertir o recrear a las personas valiéndose de recursos como el humor, la información sobre farándula, cine o televisión, los concursos, la emisión de música, los dibujos, los deportes, entre otros. Son, actualmente, una de las formas más utilizadas y de mayor éxito en la comunicación, pues incluso en los medios informativos se le ha dado un espacio especial e importante al entretenimiento, cosa que, aunque en muchas ocasiones es muy criticada por desvirtuar la naturaleza esencialmente informativa de estos medios, lo cierto es que, si está bien manejada, puede lograr fines específicos e importantes.

De análisis.- Son medios que fundamentan su acción en los acontecimientos y las noticias del momento, sin por ello dejar de lado los hechos históricos. Su finalidad esencial es examinar, investigar, explicar y entender lo que está pasando para darle mayor dimensión a una noticia, pero, sobre todo, para que el público entienda las causas y consecuencias de dicha noticia. El medio que más utiliza el

análisis es, sin lugar a dudas, el impreso, ya que cuenta con el tiempo y el espacio para ello; sin embargo, esto no quiere decir que otros no lo hagan, pues los medios audiovisuales, a través de documentales y crónicas, buscan internarse en el análisis serio de lo que acontece. Generalmente los temas que más se analizan son los políticos, los económicos y los sociales, para lo que se recurre a expertos en estas materias que permitan que el análisis que se haga sea cuidadoso y logre dimensionar en sus justas proporciones los hechos que se pretenden comunicar.

Especializados.- Dentro de este tipo de medios entran los culturales, los científicos y, en general, todos los temas que le interesan a un sector determinado del público. No son temas comunes ni muy conocidos en muchos casos, pero su trascendencia reside en que son ampliamente investigados y rigurosamente tratados. Un ejemplo de ellos pueden ser los documentales audiovisuales y las revistas científicas, literarias, deportivas o musicales. Para comienzos del siglo XXI, este tipo de medios de comunicación ha comenzado a tener una mayor recepción del público, cada vez más interesado en tener herramientas para filtrar la cantidad de información que se transmite día a día.

Radio

Según Batista Karen (1991: Internet), en su libro *Análisis de la radio como Medio Publicitario*; 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.

La radio es un medio de comunicación que llega a todas las clases sociales. Establece un contacto más personal, porque ofrece al radio-escucha cierto grado de participación en el acontecimiento o noticia que se está transmitiendo. Es un medio selectivo y flexible. El público del mismo no recibe tan frecuentemente los mensajes como el de los otros medios y además el receptor de la radio suele ser menos culto y más sugestionable en la mayoría de los casos.

Como medio de comunicación la radio nos brinda la oportunidad de alcanzar un mercado con un presupuesto mucho más bajo del que se necesita en otros medios, es por eso, que es mayor la audiencia potencial de la radio.

Importancia de la radio

La importancia de la radio como medio de difusión, se concentra principalmente en la naturaleza de lo que ésta representa como medio en si, ya que, posee, una calidad íntima de tu a tu, que la mayoría de los otros medios no tienen.

Uno de los factores más importantes de la radio es que su costo de producción es menos elevado que el de los otros medios, estas características, a su vez, nos permiten utilizar diversos elementos creativos como voces, música y anunciantes en los comerciales.

Según Hoeberichts y López (2001) en su libro: Comunicación y radio para el desarrollo local; la radio (entendida como radiofonía o radiodifusión, términos no estrictamente sinónimos)¹ es un medio de comunicación que se basa en el envío de señales de audio a través de ondas de radio, si bien el término se usa también para otras formas de envío de audio a distancia como la radio por Internet.

El ingeniero electrotécnico e inventor italiano Guglielmo Marconi, está considerado universalmente el inventor de la radio. En 1896, consiguió transmitir señales desde una distancia de 1,6 km. y registró su primera patente inglesa. En 1897 transmitió señales desde la costa hasta un barco a 29 km. en alta mar. Dos años más tarde logró establecer una comunicación comercial entre Inglaterra y Francia capaz de funcionar con independencia del estado del tiempo; a principios de 1901 consiguió enviar señales a más de 322 km. de distancia, y a finales de ese mismo año transmitió una carta entera de un lado a otro del océano Atlántico.

Rádios de baja potencia.- En la historia reciente de la radio, han aparecido las radios de baja potencia, constituidas bajo la idea de radio libre o radio

comunitaria, con la idea de oponerse a la imposición de un monólogo comercial de mensajes y que permitan una mayor cercanía de la radio con la comunidad.

Radio por Internet.- Hoy en día la radio a través de Internet avanza con rapidez. Por eso, muchas de las grandes emisoras de radio empiezan a experimentar con emisiones por Internet, la primera y más sencilla es una emisión en línea, la cual llega a un público global, de hecho su rápido desarrollo ha supuesto una rivalidad con la televisión, lo que irá aparejado con el desarrollo de la banda ancha en Internet.

Lenguaje radiofónico: locución.-Como medio de comunicación, requiere una forma de transmisión concreta. El acto de hablar alcanza su máxima expresión, por lo que es fundamental para el periodista radiofónico controlar su voz, que es su herramienta de trabajo. Para Sanabria, "el timbre, el tono, la intensidad, la entonación, el acento, la modulación, la velocidad y los intervalos son los matices que determinan el estilo de la radio".

Es necesaria una buena vocalización y leer con naturalidad para no caer en errores de tipo gramatical y que se comprenda bien el mensaje que se desea transmitir.

El lenguaje radiofónico está compuesto por unas reglas que hacen posible la comunicación. Cada una de ellas aporta un valor necesario para la comprensión del mensaje:

- La voz aporta la carga dramática.
- La palabra, la imagen conceptual.
- El sonido describe el contexto físico.
- La música transmite el sentimiento.
- El silencio, la valoración

Redacción radiofónica.- Si la actualidad y la rapidez son los aspectos más relevantes de la información, es evidente que la simultaneidad y la inmediatez prestan un gran servicio a la información. La radio será la primera en suministrar

'la primera noticia' de un acontecimiento y ésta es una de las principales características del periodismo radiofónico.

La radio como medio informativo puede jugar un papel muy diferente. Además de transmitir lo más rápidamente posible los acontecimientos actuales, puede aumentar la comprensión pública a través de la explicación y el análisis. Las mismas características que hacen de la radio el medio informativo por excelencia, influyen y determinan la estructura de la información radiofónica que tiene dos características esenciales: brevedad y sencillez. Ambas en función de la claridad enunciativa que contribuye a la eficacia del mensaje radiofónico. Al redactar un texto periodístico para la radio, hay que pensar que se va a elaborar un texto para ser oído, para ser contado, y no para ser leído. Esta actitud facilitará la difícil tarea de ofrecer en unas cuantas frases breves y sencillas la misma información que en el periódico ocupará varios párrafos de elaboración literaria. En definitiva, se necesita un cambio total de mentalidad para escribir para la radio. Este cambio de mentalidad afecta a tres aspectos: la puntuación, la estructura gramatical y el lenguaje.

Puntuación.- Resulta difícil cambiar los hábitos de puntuación que se han cultivado durante años, pero es imprescindible hacerlo. En radio, la puntuación sirve para asociar la idea expresada a su unidad sonora y, por tanto, para marcar unidades fónicas y no gramaticales como es usual en la cultura impresa. Para marcar estas unidades fónicas solo se necesitan dos signos de amplia gama que nos ofrece la escritura. Estos son la coma y el punto.

- Coma.- En el texto radiofónico marca una pequeña pausa que introduce una variación en la entonación y da lugar a la renovación de aire si es preciso. No se debe utilizar este signo si en la expresión oral no hay que realizar esa pausa, aunque fuera correcta su colocación en la redacción impresa. Cualquier alteración de esta norma contribuye a que la lectura de ese texto sea eso, una 'lectura' y no una 'expresión hablada' de unas ideas.

- Punto.- Es la señal que indica el final de una unidad fónica completa. La resolución de entonación que marca el punto puede ser de carácter parcial (en el caso de los puntos que marcan el final de una frase) y de carácter total (en los puntos que marcan el final de un párrafo). El punto señala una resolución de entonación más, que es la correspondiente al punto que indica el final del discurso y que tiene carácter culminante. El punto final de una frase supone una pausa más larga que la coma y al final de un párrafo indica una pausa algo mayor. Si se aplican correctamente estos signos la respiración no se encontrará con dificultad alguna y su realización no supondrá ninguna distorsión para la entonación.

El resto de signos son casi innecesarios en su totalidad. Ninguna razón justifica la utilización del punto y coma (;), los dos puntos (:) o el punto y guion (-.). Con respecto a los paréntesis y a los guiones hay que tener en cuenta que en la mayor parte de los casos se introducen ideas adicionales que podrían perturbar la comprensión de la idea principal que tratamos de expresar.

Estructura gramatical.- Se utiliza en radio para perseguir la claridad y la sencillez expresivas. La claridad va a ser la principal característica de la redacción en radio. Una claridad que deberá ser extensible a otros medios periodísticos, ya que responde a lo que Núñez Ladeveze denomina 'funciones periodísticas de la comunicación': máxima concentración informativa, rapidez de lectura y mínimo esfuerzo de interpretación.

Estas características son más importantes en radio, si cabe, ya que en la decodificación se realiza en presente y no hay posibilidad de revisión. Hay dos razones más por las que es aconsejable la utilización de una expresión clara y sencilla en la redacción radiofónica. Por un lado la diversidad del público y, en segundo lugar, las diferentes situaciones de audiencia. A la heterogeneidad hay que añadir las diferentes situaciones en que se encuentra el receptor en el momento de efectuar la decodificación. La radio ayuda a que la recepción del mensaje sea compatible con otras actividades, en especial con las que tienen un

carácter manual. Las frases deben ser cortas, y para ello hay que recurrir a la estructura gramatical más sencilla, que es la compuesta por sujeto, verbo y complemento. No es recomendable la utilización de frases subordinadas y sí las coordinadas ya que introducen la redundancia temática, una categoría positiva en el discurso radiofónico.

Para evitar la monotonía que supone una frase corta tras otra, se dispone de dos tipos de recursos. Por un lado, la combinación de las frases sencillas con aquellas otras a las que se les ha añadido material adicional. El otro son los enlaces de entonación que dan continuidad a las ideas. Se trata de escribir un estilo coloquial. Por lo tanto, el principio de la economía de palabras ha de estar en nuestra mente a la hora de redactar un texto radiofónico.

El verbo tiene un papel muy importante en la información radiofónica. Para ser más exactos el tiempo del verbo, ya que es uno de los elementos que denota más actualidad. En la redacción de la noticia de radio, el verbo hay que utilizarlo en presente de indicativo y en voz activa. El pasado no es noticia en radio. El presente denota inmediatez y por tanto, actualidad las cuales son las principales características de la información radiofónica. Esta actualidad debe quedar patente en los servicios informativos de una emisora y para ello hay que tener en cuenta aquellos recursos que remarcan dicha actualidad en radio. Podemos establecer tres grandes grupos: recursos técnicos, redaccionales y de programación.

- Recursos técnicos.- Podemos señalar la utilización del teléfono, las unidades móviles y las grabaciones en el lugar de los hechos.
- Recursos redaccionales.- La utilización del verbo en tiempo presente, así como la el uso de palabras y frases que denotan actualidad, como por ejemplo, "en estos momentos...", "al iniciar esta transmisión...", etc.
- Recursos de programación.- La inclusión de nuevos aspectos de las noticias dadas en anteriores servicios informativos. No basta con cambiar

el redactado de las noticias, sino que hay que ofrecer nuevos datos, nuevos ángulos y repercusiones a lo largo del día.

En cuanto a los guiones, hay que señalar que la ley del péndulo ha sido aplicada a su consideración. Se ha pasado de la utilización del guion hasta para toser a la improvisación total. Últimamente, en radio, se utilizan los guiones indicativos o pautas. Este tipo de guion contiene las indicaciones técnicas y temáticas imprescindibles para lograr el acoplamiento del realizador y el editor-presentador. El guion indicativo contendrá el cronometraje de cada intervención, la persona que la realizará y especial atención a todas las fuentes de audio que intervengan.

Teniendo en cuenta todas las características de la redacción radiofónica, se concluye que no debe leerse un texto en radio si previamente no se reelabora, no sólo para darle un estilo propio, sino, principalmente, porque la estructura y concepción del mensaje de agencia o de los comunicados, es estructuralmente la de la expresión escrita, y en muchas ocasiones puede dar al error o a la deficiente recepción que tenga el oyente de ella.

Radiodifusión o Broadcasting

Broadcasting (literalmente difundir o esparcir ampliamente) es un término inglés que designa el servicio de emisión de señales de radio y televisión para uso público generalizado o muy amplio. En español se usa el término radiodifusión, tanto para radio como radiodifusión sonora (solo audio), o televisión como radiodifusión de televisión (audio y video). La UIT define precisamente las bandas de radiofrecuencias disponibles para estos servicios que se ubican dentro de los Servicios Terrenales (o terrestres) y éstos dentro del Sector de Radiocomunicaciones.

El término broadcasting fue acuñado por los primeros ingenieros del medio oeste de Estados Unidos. El broadcasting cubre gran parte de los medios de

comunicación de masas y se opone a la emisión para audiencias reducidas, llamada narrowcasting.

Por ello es discutible si debe incluirse el término broadcasting para otras señales como televisión por cable o Internet dado que la intención del término, para ser amplio y no restrictivo, implica ninguna condición de permiso, registro o respuesta por parte del receptor, es decir, el receptor es anónimo completamente. Es evidente, entonces, que los servicios de suscripción previa no serían broadcasting, aunque puedan reemitir señales broadcasting propiamente. En el caso de Internet no existe propiamente una emisión, sino hasta que un usuario solicite el acceso, se confirme la comunicación y recién se transmita un contenido. Esa complejidad aparente debilita definir a internet como broadcasting. Un mejor término para estos fenómenos más recientes es "webcasting", tal como son las señales de audiostreaming y videostreaming, los cuales pueden también reemitir señales broadcasting.

Hay una gran variedad de sistemas de broadcasting, que tienen distintas capacidades. Los de mayor capacidad son sistemas institucionales public address, que transmiten mensajes verbales y música dentro de escuelas u hospitales, y sistemas de emisión de baja potencia, que transmiten desde estaciones de radio o TV a pequeñas áreas. Los emisores nacionales de radio y TV tienen cobertura en todo el país usando torres de retransmisión, sistema satélite y distribución por cable. Los emisores de radio o TV por satélite pueden cubrir áreas más extensas, tales como continentes enteros, y los canales de Internet pueden distribuir texto o música a todo el mundo.

La distribución u organización de los distintos contenidos a emitir se denomina programación. Estos programas de audio y/o video requieren otras señales denominadas portadoras (proceso de modulación), para irradiarse al espacio abierto o transportarse confinado en cables, como la televisión por cable. En el extremo, la audiencia debe tener los receptores apropiados.

Existen diversas fórmulas económicas que permiten financiar las emisiones:

- Donaciones en forma de colaboración de voluntarios prestando así su tiempo y habilidades (frecuentes en entidades comunitarias)
- Pagos directos del gobierno o préstamos de recursos de técnicos públicos.
- Pagos indirectos del gobierno, como las licencias de TV y radio.
- Becas de fundaciones o entidades de negocio.
- Venta de propaganda o publicidad o patrocinio.
- Suscripciones públicas o de socios.
- Cuotas que cobran los propietarios de platós de TV o radios, independientemente de que los abonados tengan la intención de recibir ese programa o no.

Cabe decir que los emisores pueden contar con una combinación de estos modelos de negocio. La radiodifusión es un servicio de radiocomunicación cuyas emisiones se destinan a ser recibidas directamente por el público en general, unida de una característica fundamental: la periodicidad o regularidad de las emisiones.

Según el Diccionario Enciclopédico (2009); radiodifusión es una transmisión a distancia, por medio de ondas hercianas, de voz y sonido en forma de programas, de información, música, etc., destinada al público. Como medio de comunicación de masas comenzó a extenderse rápidamente en Europa y América entre los años 1920 y 1930. En España la primera emisora fue Radio Barcelona, en 1925.

Conjunto de procedimientos o instalaciones destinados a esta emisión. Puede realizarse en modulación de frecuencia o de amplitud, y en esta, según la longitud de onda utilizada, se habla de onda larga (longitud de onda entre 2 y 1 km, hoy casi abandonada), onda media (600-190 m) u onda corta (90-11 m, usada en emisiones internacionales).

La música como forma de expresión de identidad

Según Priscilla Carballo (2007: 91-98) en su publicación *Reggaetón e identidad masculina* nos dice que desde los inicios de la especie humana la música ha estado en el centro de las producciones culturales, haciendo referencia a temas que plantean inquietudes personales y colectivas, con lo que ayuda a preservar y difundir visiones de mundo de los grupos, sus tradiciones y referentes de pertenencia.

Esta forma de arte se ha utilizado para transmitir mensajes, historias, valores, principios éticos y estéticos de diferentes grupos y, en muchos casos, ha sido la única memoria que sobrevive a ciertos tránsitos migratorios. La forma como los distintos grupos humanos envían estos mensajes, es decir los instrumentos, el vocabulario y los medios de difusión, dependen del capital cultural que cada grupo, o sector social tienen a su disposición, y a partir de esto se ha generado un amplio abanico de ritmos y formas musicales.

Cada persona o grupo se identifica con algunas formas o ritmos particulares, mientras que otras le son desagradables o adversas; esto sucede porque la música interpela sensibilidades a partir de sus letras y sus ritmos, y hace que sean ciertos sectores – generalmente aquellos que comparten algunas de las experiencias narradas – quienes se sienten identificados o interpelados por los contenidos musicales.

Es así que para comprender el origen del reggaetón y el contexto histórico social en el que surge, se debe analizar su antecesor inmediato: el reggae. El reggae es una modificación del mento que es un ritmo que nace en 1950 en las calles de Jamaica y era interpretado por personas que se reunían a hacer música con instrumentos como guitarras, bongos, entre otros. Se desarrolla en los ghettos, que son los barrios marginales de Kingston, y posteriormente con algunas modificaciones se convierte en la base de lo que actualmente se conoce como reggae.

A partir de esta música jamaicana, se empieza a cantar versiones traducidas al español, lo cual generalmente se realizaba con las pistas de la música en inglés. Ahora bien, el reggaetón es una derivación del reggae, pero de origen mucho más reciente, que se populariza de manera masiva hace aproximadamente 5 años en el resto de países de Latinoamérica. Surge concretamente en Puerto Rico, y es una mezcla con el rap estadounidense.

El reggaetón es en este momento el ritmo más importante en el contexto latinoamericano, y con solo transitar en las calles, o abordar un bus, es inevitable escuchar. En el reggaetón los cantantes son su mayoría hombres, pues, a pesar de que existen algunas intérpretes mujeres (como Ivy Queen), no tienen gran popularidad, por lo que existe una apropiación de la escena musical por hombres.

Son mestizos generalmente morenos o mulatos, y de procedencia popular, lo cual se evidencia en los contenidos de las canciones. Además interesa destacar la zona geográfica de origen de éste ritmo ya que los cantantes más famosos son de Puerto Rico, país latinoamericano con un régimen político bastante particular, pues tiene el estatus de Estado Libre Asociado a los Estados Unidos, y tiene una fuerte influencia de la industria cultural de ese país. Esta condición político – cultural se refleja en las letras de las canciones donde existe un uso recurrente de mezclar el español y el inglés, que hace más difícil entender el significado.

En el reggaetón, tanto en los videos como en las letras de canciones se ubican varios contenidos discursivos que son prioritarios y recurrentes:

- **Mujeres y sexo.-** binomio presente en la música latinoamericana desde siempre, solo que en el caso de este ritmo musical se hace un abordaje en términos discursivos y de imágenes mucho más explícito de la sexualidad y los encuentros sexuales.

- **Violencia.**- se hace referencia a la violencia callejera tanto individual como de agrupaciones, y muchas veces son los mismos cantantes quienes sostienen peleas simbólicas a través de las letras de sus canciones.
- **Identidad.**- Existe una cantidad importante de canciones que remiten a ideas de identidad masculina, y también de identidades nacionales y supranacionales de las implicaciones de ser latino.

Es importante aclarar que los tres temas señalados anteriormente no son excluyentes, y se dan cruces de varios de ellos en una misma canción. Existe un protagonista central: los cantantes que como se mencionó anteriormente son en su mayoría varones, quienes son el centro de las narraciones que se hacen en este ritmo musical, y a partir de ellas se define una autoimagen de masculinidad. Esta construcción discursiva de identidad masculinidad latinoamericana desde este ritmo musical está fundamentada en tres autoimágenes:

La primer autoimagen de masculinidad es la del hombre latino como la recurrente idea del “macho latinoamericano” rodeado por múltiples mujeres y deseado, que está dispuesto a abordarlas a todas sexualmente. Por tanto, se evidencia en los videos y las letras el hombre rodeado de mujeres siempre dispuesto a “interactuar” asumiendo su rol.

Además se parte de la absoluta heterosexualidad del hombre, ya que en ninguna de las producciones se hace referencia a la homosexualidad, existe por tanto una única manera de relacionarse en el imaginario, la heterosexual. Con esto cumplen el mandato patriarcal de alejarse de cualquier referente de feminidad, ya que desde esta lógica se entiende al homosexual como un hombre con atributos femeninos.

La segunda autoimagen que interesa evidenciar es la del hombre violento, imagen que se utiliza de una forma similar a la que se proyecta en los videos del rap, que no por casualidad es uno de los antecesores del reggaetón. Como Don Omar en una de sus canciones dice:

“Yo soy su gato
Ella es mi gata en celo
Quiere tener rebuleo del bueno
Quiere fingir que no le gusta el blin-blineo
Y cuando canto hasta abajo con mi perreo.
Por ahí anda su novio en un fantasmeo,
Verdad que esta noche va haber un tiroteo
Diles que yo ando con mi gato en el patrulleo
Y al que se lamba jurao me lo llevo”

De esta forma los cantantes hacen alarde de la violencia real o simbólica que generan o pueden generar, fundamentalmente hacia otro amenazante que es el hombre que puede quitarle su capital simbólico. Con esto evidentemente se hace necesario volver a la teoría de la masculinidad, en la que se plantea la violencia como una prueba de virilidad, que les aleja de la “debilidad física” como actitud socialmente asignado en el patriarcado a las mujeres. La tercera autoimagen de la identidad masculina en los videos refiere a la tendencia a la representación del bienestar material de los cantantes. Existen cuatro elementos recurrentes que rodean al cantante en los videos que son: dinero (dólares específicamente), joyas, autos lujosos, mansiones y mujeres.

Estos elementos de bienestar material que aparecen en los videos son particularmente significativos, si se parte de la referencia de que los cantantes son en muchos casos jóvenes de barrios empobrecidos, y marcan con estos signos la diferencia de su condición económica anterior, evidenciando el ascenso económico que tuvieron por medio de su música. Así se puede observar en uno de los videos a Daddy Yankee caminando por un caserío, y tirando una faja de dólares al público y cantando:

“Damas y caballeros, voy a paso ligero
Ayer andaba pobre y hoy camino con dinero”

En síntesis el hombre desde los referentes discursivos y signícos que ofrece el reggaetón es promiscuo, absolutamente heterosexual por supuesto, violento, y provisto de bienes materiales como referente de éxito. Esta imagen es lanzada a la sociedad fundamentalmente desde la necesidad de validación homosocial donde, la masculinidad requiere, entre otras, pero de manera preeminente, de una “validación homosocial”: se construye de manera permanente según el escrutinio de los varones, bajo la mirada omnipresente de otros. Ellos conceden la aceptación en el reino de la virilidad. Se demuestra la hombría para la aceptación de otros hombres. Son ellos quienes evalúan el desempeño.

Variable Dependiente

Sociedad

Según Wikipedia (2013: Internet); El término sociedad es utilizado indistintamente para referirse a comunidades de animales (hormigas, abejas, topos, primates...) y de seres humanos. La diferencia esencial existente entre las sociedades animales y las humanas es, más allá de su complejidad, la presencia de cultura como rasgo distintivo de toda sociedad humana.

Aunque usados a menudo como sinónimos, cultura y sociedad son conceptos distintos: la sociedad hace referencia a la agrupación de personas, mientras que la cultura hace referencia a toda su producción y actividad transmitida de generación en generación a lo largo de la historia, incluyendo costumbres, lenguas, creencias y religiones, arte, ciencia, etc. La diversidad cultural existente entre las diferentes sociedades del mundo se debe a la diferenciación cultural que ha experimentado la humanidad a lo largo de la historia debido principalmente a factores territoriales, es decir, al aislamiento e interacción entre diferentes sociedades.

Por definición, las sociedades humanas son entidades poblacionales. Dentro de la población existe una relación entre los sujetos (consumidores) y el entorno; ambos realizan actividades en común y es esto lo que les otorga una identidad propia. De

otro modo, toda sociedad puede ser entendida como una cadena de conocimientos entre varios ámbitos: económico, político, cultural, deportivo y de entretenimiento.

Los habitantes, el entorno y los proyectos o prácticas sociales hacen parte de una cultura, pero existen otros aspectos que ayudan a ampliar el concepto de sociedad y el más interesante y que ha logrado que la comunicación se desarrolle constantemente es la nueva era de la información, es decir la tecnología alcanzada en los medios de producción, desde una sociedad primitiva con simple tecnología especializada de cazadores —muy pocos artefactos— hasta una sociedad moderna con compleja tecnología —muchísimos artefactos— prácticamente en todas las especialidades.

Estos estados de civilización incluirán el estilo de vida y su nivel de calidad que, asimismo, será sencillo y de baja calidad comparativa en la sociedad primitiva, y complejo o sofisticado con calidad comparativamente alta en la sociedad industrial.

También, es importante resaltar que la sociedad está conformada por las industrias culturales. Es decir, la industria es un término fundamental para mejorar el proceso de formación socio-cultural de cualquier territorio, este concepto surgió a partir de la Revolución Industrial, y de ésta se entiende que fue la etapa de producción que se fue ejecutando en la sociedad en la medida en que el hombre producía más conocimiento y lo explotaba en la colectividad.

En la sociedad el sujeto puede analizar, interpretar y comprender todo lo que lo rodea por medio de las representaciones simbólicas que existen en la comunidad. Es decir, los símbolos son indispensables para el análisis social y cultural del espacio en que se encuentra el hombre y a partir de la explicación simbólica de los objetos se puede adquirir una percepción global del mundo. Por último, la sociedad de masas (sociedad) está integrada por diversas culturas y cada una tiene

sus propios fundamentos e ideologías que hacen al ser humano único y diferente a los demás.

Organización de la sociedad humana

La sociedad humana se formó con la propia aparición del hombre. En la prehistoria, la sociedad estaba organizada jerárquicamente, donde un jefe siempre era el más fuerte, más sabio del grupo, ocupando el poder. No fue hasta la época griega cuando esta tendencia absolutista del poder cambió, dando paso a un sistema social en el que los distintos estamentos de la sociedad, dejando fuera del sistema a los esclavos, podían ocupar el poder o unirse para ocuparlo, originando la aparición de la política. Pero no fue hasta 1789 con la Revolución Francesa cuando la tendencia de sociedad cambió radicalmente haciendo que cualquier persona, hipotéticamente, pudiera subir a un estamento superior, algo imposible hasta aquella época.

Tipos de sociedades

Sociedades en el ámbito jurídico y económico

Sociedad (Derecho)

En el ámbito jurídico y económico, una sociedad es aquella por la cual dos o más personas se obligan en común acuerdo a hacer aportes (especie, dinero o industria), con el ánimo de repartirse proporcionalmente las ganancias o soportar en idéntica proporción las pérdidas. En este caso se denomina sociedad a la agrupación de personas para la realización de actividades privadas, generalmente comerciales. A sus miembros se les denomina socios.

El concepto amplio de sociedad, en contraposición al concepto tradicional, entiende que esa puesta en común de bienes, esa estructura creada entre dos o más personas, puede no estar destinada esencialmente a obtener un lucro, no siendo este ánimo un elemento esencial del referido contrato, por cuanto existen

«Sociedad» en conceptos económicos es un sinónimo de empresa o corporación, y especialmente en contextos jurídico-económicos, de figura o persona jurídica:

- Sociedad mercantil
- Sociedad anónima
- Sociedad limitada
- Sociedad cooperativa
- Sociedad en comandita
- Sociedad sistematizada

Sociedades científicas

Una sociedad científica es una asociación de eruditos de una rama del conocimiento o de las ciencias en general, que les permite reunirse, exponer los resultados de sus investigaciones, confrontarlos con los de sus colegas, especialistas de los mismos dominios del conocimiento, habitualmente con el fin de difundir sus trabajos a través de una publicación científica especializada.

Valores humanos y sociales

Según Oswaldo Carrillo (2003), en su libro Los Valores Humanos nos dice que son cualidades innatas positivas que predisponen al hombre a actuar de manera justa, buscando su progreso espiritual, físico, psicológico y social.

Constituyen la esencia del alma manifestada por medio de actitudes y comportamientos por lo tanto se dicen, se observan, se demuestran, se practican para fortalecer el espíritu; son fuente de energía positiva que enaltecen al hombre y lo llenan de entusiasmo que motiva y contagia a los demás.

El hombre que sabe y practica los valores humanos, es un ser íntegro, un sabio que ha aprendido el verdadero significado de la vida, se auto valora con la justicia

y la honestidad. Entonces recordemos que la sociedad es un conjunto de personas ligadas por un principio de unidad que supera a cada una de ellas.

El hombre individual necesita de la sociedad para desarrollarse como persona, es por ello que la sociedad no es para él algo añadido, sino una exigencia de su ser, de su persona. Por el intercambio con otros, el diálogo o los servicios que da y recibe, el hombre se realiza como hombre dentro de la sociedad.

Es por ello que el fundamento, el sujeto y el fin de cada comunidad y de la sociedad es la persona humana. El valor es captado como un bien, ya que se le identifica con lo bueno, con lo perfecto o con lo valioso. En cuanto a los valores sociales el bien captado siempre se refiere al bien común.

El bien común.- Se entiende por bien común al conjunto de condiciones de la vida social que permiten a los grupos y a cada uno de los miembros a conseguir más plenamente y fácilmente su perfección. El hombre tiene una tendencia natural hacia la vida en sociedad, el bien de cada persona está necesariamente relacionado con el bien común.

El bien común comporta tres elementos:

a) Respeto a la persona. En nombre del bien común las autoridades e instituciones están llamadas a respetar los derechos fundamentales de cada persona, es decir, la sociedad debe permitir a cada persona realizarse en paz y en libertad.

b) Bienestar social. El bien común debe buscar el bienestar social y el desarrollo del grupo. Es decir, la autoridad debe buscar y facilitar las condiciones para que cada uno logre una vida verdaderamente humana: alimento, vestido, salud, trabajo digno, educación, acceso a la cultura e información, derecho a fundar una familia, entre otros.

c) Paz. El bien común implica la paz, es decir, la estabilidad y seguridad dentro de un orden justo. Supone entonces, que la autoridad garantice, por medios honestos, la seguridad de la sociedad en conjunto y de sus miembros en particular.

Algunos valores sociales son:

El respeto: Al igual que en la familia, la sociedad se fundamenta en la idea de que cada persona es "única" y merece ser reconocida y tratada como tal.

Esta idea de respeto se traduce en el ámbito social a la tolerancia y la aceptación del pluralismo político e ideológico, a la aceptación de la libertad de creencias, de opinión, de expresión, de reunión y de asociación. Es decir, el respeto al otro, entendiendo que las personas pueden tener gustos particulares y tener sus propias ideas.

La solidaridad: Entendido también como "amistad social" es una exigencia de la fraternidad humana. Supone el esfuerzo en favor de un orden social más justo, en que las tensiones y conflictos puedan ser mejor resueltas. La solidaridad va más allá de los bienes materiales y busca la intercomunicación, la solución de conflictos, el acercamiento entre las personas y los pueblos, el intercambio cultural, etc. En gran medida la paz del mundo depende de ella.

La justicia social: Busca dentro de la sociedad una adecuada distribución de los bienes económicos, culturales, educativos, etc.

Existen tres campos de la justicia social:

a) La conmutativa: Regula los intercambios entre las personas respetando sus derechos, se refiere a los derechos de la propiedad, el pago de deudas, etc.

b) La distributiva: Se refiere a lo que la comunidad debe a los ciudadanos en proporción a sus contribuciones y necesidades.

c) La legal: Se refiere a lo que el ciudadano debe a la sociedad, por ejemplo, el pago de impuestos.

El trabajo digno: El hombre es un ser eminentemente social, y como tal se desenvuelve dentro de diversas organizaciones que le permiten satisfacer sus necesidades, además de desarrollarse como persona. El trabajo tiene una dimensión social, es decir, no solo beneficia al propio trabajador, sino que éste contribuye con su quehacer al bien de la comunidad y desarrollo de la misma.

Pérdida de valores

Según Oswaldo Carrillo (2003), en su libro Los Valores Humanos nos dice; muchos hablan de la carencia de los valores humanos, algunos incluso piensan que se han perdido, prueba de ello son los constantes actos delictivos, robos, asaltos, extorsiones, sobornos, atentados a la dignidad humana y a la vida, maltratos, violaciones, asesinatos, abortos, grandes males sociales como el alcoholismo, la drogadicción, el tabaquismo, etc.; dan testimonio de que la sociedad está en crisis.

La sociedad está en crisis y si nos detenemos un instante a analizar, la sociedad está formada por familias, entonces me atrevo a asegurar que la familia está en crisis, los tiempos han cambiado y los padres tienen que modernizarse, pero eso no significa que los valores humanos hayan cambiado o desaparecido, no; siguen siendo los mismos, el respeto, la honestidad, la puntualidad, el amor, la lealtad, etc., jamás cambiarán solo que no están siendo practicados.

Considero importante mencionar algunos factores por los cuales la familia está en crisis:

1.- La mujer reclama su justo derecho de incursionar al ámbito laboral, económico, político, etc., por lo tanto los hijos desde muy pequeños son dejados

bajo el cuidado de terceras personas, la ausencia de los padres crea un vacío en el proceso de socialización la carencia afectiva les hace menos estables emocionalmente.

2.- El padre ha perdido la autoridad, su verdadero rol de liderazgo en el hogar.

3.- La situación económica obliga a que los padres estén mas tiempo fuera de casa, queda poco entonces para compartir en familia.

4.- La influencia de la radio, la televisión, el internet que en muchos de los casos sustituye la presencia de los padres, en otros coarta la comunicación de la familia, el bombardeo frecuente de las campañas publicitarias licores, cigarrillos, cervezas, asociadas a figuras femeninas semidesnudas confunden a la gente sin un criterio formado; las telenovelas con escenas planificadas de robos, violaciones, traiciones; la difusión radial de canciones con mensajes obscenos que incitan al sexo, las películas y los programas de violencia, vuelve agresiva a la sociedad.

5.- La desorganización familiar por diferentes razones como: divorcios, separaciones por estudios y lo que es más común hoy en día por trabajo; los padres han tenido que emigrar a otros países dejando a sus hijos abandonados, esta es una causa importante de la crisis de valores.

6.- Padres jóvenes que se comprometen para llenar un vacío de soledad, traen niños al mundo en muchos casos no deseados.

En fin hay muchos factores que afectan a la familia generadora de seres con valores humanos, la corrupción que está presente en los mismos hogares cuando los padres con su ejemplo enseñan a mentir, a engañar a los hijos mucho más en las instituciones públicas y privadas.

Lenguaje oral agresivo

Según Raúl Rivadeneira (2008: Internet) La comunicación interpersonal directa y recíproca se caracteriza por el atributo de 'totalidad', esto significa que en ese estado nos comunicamos simultáneamente por medio de palabras (signos verbales), gestos y actitudes corporales (signos no verbales) y tonos o énfasis de la voz llamados signos para-verbales.

La comunicación bipersonal no se limita a una interacción de personas 'estrechamente vinculadas'; en ella intervienen también y con frecuencia personas que no se conocen entre sí, pero que interactúan de manera eventual. Uno de los axiomas exploratorios de la comunicación dice que ésta siempre se produce dentro de un contexto.

Se entiende por contexto cada situación social específica, considerada como un sistema de comunicación basado en el hecho de que entre los participantes hay mutuo reconocimiento de haber ingresado en un campo perceptual de sí mismo, del otro y del entorno comunicacional: tiempo y espacio en que se produce la interacción.

Conductas asertiva, pasiva y agresiva

La conducta asertiva, llamada también activa y socialmente adecuada, consiste en la expresión propia de informaciones, opiniones, ideas, sentimientos, experiencias y expectativas de un sujeto, ante sus congéneres, a partir del respeto a sí mismo y a su interlocutor, sin presiones ni amenazas. Una baja autoestima puede generar una comunicación agresiva o pasiva y, a su vez, la pasividad puede producir baja autoestima. Se conoce como conducta pasiva a la que vulnera los propios derechos del sujeto activo al no poder éste expresarse abiertamente o al exhibir, en su débil expresión, sentimientos de autodesconfianza y cierto derrotismo, de manera tal que puede provocar en su interlocutor una reacción negativa.

Generalmente, esta conducta pasiva es propicia para que la comunicación se torne unidireccional: uno apabulla al otro con sus mensajes y apenas recibe

retroalimentación, con leves señales o respuesta fraccionadas. Esta comunicación es asimétrica.

Sobre el origen de la agresión, hay tres teorías: La primera, sostenida por Freud, Lorenz y otros, plantea que la agresión es de naturaleza instintiva, es decir, innata; la segunda, desarrollada por Dollard y Miller, explica su origen en las frustraciones que el ser humano padece en el transcurso de su vida; según la tercera, fundada por Bandura y Walters, las agresiones son mecanismos de aprendizaje social. De estas teorías, las más acogidas y discutidas por los especialistas son las dos primeras. La tercera ha sido casi abandonada a causa de su argumentación endeble.

Agresión verbal

La conducta verbal agresiva se distingue por la forma imperativa e inapropiada con que el sujeto defiende sus derechos y trata de imponer, a la fuerza, sus puntos de vista, sentimientos e ideas, de manera directa o indirecta. La agresión verbal directa se expresa mediante una gama de vulneraciones de los derechos del otro que va desde la fina ironía hasta la injuria grave; desde las insinuaciones maliciosas hasta la calumnia y la humillación. La agresividad se abre como un gran abanico de formas, que abarca desde los insultos hasta el asesinato.

Al abrir el abanico, encontramos al menos las siguientes formas comunes de agresión verbal: insinuación maliciosa, ironía, burla, sarcasmo, agravio, denuedo, mofa, ridiculización, afrenta, menosprecio, descalificación, humillación, escarnio, insulto, ofensa, injuria, calumnia, difamación, ultraje, etc.

La agresión verbal en situación comunicacional directa y recíproca pertenece al tipo de comunicación negativa en que el sujeto "A" provoca, con sus palabras, algún malestar en el sujeto "B"; éste retroalimenta con otra comunicación negativa que provoca mayor agresividad en aquél, quien vuelve a la carga procurando imponerse y desata una réplica más dura y así, sucesivamente. Esta

forma de interacción llamada 'circuito negativo', suele estar acompañada de expresiones gestuales y corporales hostiles o amenazantes y, a menudo, termina en agresiones físicas.

Con frecuencia, en un proceso de comunicación agresiva se enfrentan dos personalidades dominantes en un intercambio dinámico de actitudes hostiles y palabras ofensivas. En estos casos la retroalimentación es dinámica. Ocurre entonces un proceso simétrico de comunicación negativa. No está demás decir que en una situación comunicacional positiva y armónica, entre sujetos de conducta asertiva, la retroalimentación es también dinámica y el proceso comunicacional es, asimismo, simétrico.

Cuando los intercomunicantes asignan a las palabras diferentes valores semánticos, el sistema de comunicación entra en una fase entrópica (la entropía es la tendencia de los sistemas abiertos hacia el más alto grado de desorganización y desorden), signada por la incomprensión y en no pocas ocasiones por un alto grado de malentendido, que puede derivar en interpretaciones erróneas de hostilidad u ofensa.

Al contrario, si ambos comparten experiencias lingüísticas y un marco común de referencias culturales, reaccionarán de manera similar ante las nuevas señales. Esto se conoce como 'empatía', que en el lenguaje común puede decirse: 'A y B se entienden bien entre ellos, mejor que con otras personas'. Por lo contrario, cuando intereses políticos y de otra índole se empeñan en distanciar las referencias étnicas o culturales, encerrando las propias en un cofre de valores superlativos, desmereciendo las ajenas, y cuando por las mismas razones se acentúan las diferencias étnicas o culturales no sólo hasta el punto de la discriminación, sino hasta el extremo de la imposición hegemónica, se crea un peligroso clima de antipatía que tarde o temprano lleva al encono y éste desemboca en violencia.

La codificación es un proceso por el cual un conjunto de datos sensoriales y funciones síquicas interrelacionadas se transforman en información significativa. La decodificación es también un proceso, pero de conversión de la información recibida en respuesta comunicacional, por lo tanto, es un proceso de retroalimentación (feedback) que pasa por cuatro etapas: 1) adquisición de datos, 2) procesamiento, 3) almacenamiento de información y 4) memoria. Cómo codifica “A” el mensaje para “B” y cómo éste lo decodifica pueden dar la pauta del tipo de comunicación positiva o negativa entre ambos. Dicho de otro modo: emisor y receptor deben compartir determinado número de signos y convenciones, tener en común un repertorio (signos) y un código (sistema de convenciones). A lo que “A” y “B” tienen en común, Moles denomina ‘experiencia vicaria’, definida (matemáticamente) como una correspondencia unívoca entre un universo espacio temporal “E” (del emisor) y un universo espacio-temporal “R” (del receptor).

En el circuito de agresión verbal, es decisiva la dificultad de decodificar el mensaje. Los sordos son altamente susceptibles y casi siempre se ponen en una actitud defensiva. En un proceso de discusión-esclarecimiento y de posiciones enfrentadas, suelen sobreponerse los prejuicios; afloran viejas pendencias y rencores, y aun deseos revanchistas, aunque la intención del otro haya sido pacífica.

LA PERSONA AGRESIVA

La persona agresiva es la que intimida verbalmente que tan sólo se preocupa de satisfacer sus necesidades y que frecuentemente hiere a los demás.

Este tipo de persona disfruta del poder y cree que puede hacer que la gente corra para cumplir sus órdenes, pero ese goce no suele durarles mucho. Puede que no lo admita nunca, pero en el fondo sabe que se está aprovechando de quienes son más débiles o están en una posición en la que nada puede hacer; por ejemplo, un jefe

que es agresivo con un empleado nuevo y que no puede replicar porque se arriesga a perder su trabajo.

Convencida de que es la única que puede tener razón en cualquier situación y que lo único que importa son sus necesidades, la persona agresiva recuerda a los demás continuamente lo inteligente, fuerte o importante que es. De igual modo que la intimidación física suele ocultar una naturaleza cobarde, este tipo de alarde a menudo enmascara sentimientos de inferioridad o de inseguridad. Además de convencer a otros de su superioridad, también intenta por todos los medios convencerse a sí misma.

Con frecuencia, descubrirá que la persona agresiva es una persona solitaria. Su conducta tiende a alejar a los demás, tanto en los negocios como en la vida privada. Puesto que siempre ha de estar reafirmando a sí misma y demostrando a quienes le rodean que es la mejor, la más inteligente y la más interesante, es tremendamente crítica con quienes tiene a su alcance.

Pensar que todo lo que va mal es culpa de otro es una gran forma de potenciar su ego, pero no la hace muy popular. Aunque pueda sentir una gran necesidad de tener amigos, lo más probable es que no lo admita: a los amigos se les ha de tratar como a iguales y es difícil que reconozca que alguien más merezca ese trato.

Este tipo de personas suelen tener mucha energía y vitalidad. Si pudieran aprender a utilizarla de un modo positivo todo iría bien. Por desgracia, suelen hacer uso de ella de forma destructiva. Algunas personas confunden la agresividad con la fuerza y creen que si dan muestras de algún otro tipo de conducta les tomarán por blandengues o que darán la impresión de no saber lo que quieren.

Cuando la agresión alcanza límites extremos se convierte en violencia (agresión física). Aquí nos dedicaremos sólo a la agresión verbal, que es la más común.

La persona agresiva no sólo no se gusta a sí misma, sino que produce un efecto negativo en aquellos que la rodean. El hecho de saber que les están tratando injustamente, puede hacer que se sientan furiosos o frustrados, cosa que supone una considerable dosis de estrés y tensión para la víctima del agresor.

Aunque los que están en la línea de fuego sepan muy bien que las acusaciones y comentarios de su agresor son injustos y que están fuera de lugar, no podrán evitar sentirse heridos e incluso humillados por ello. A nadie le gusta parecer estúpido o que le corrijan delante de otros y, claro está, esto es lo que hace la persona agresiva. Su sentido del poder aumenta si hay mucha gente viendo cómo ejercer su autoridad y no a otro ser «inferior».

Puesto que pensar en un acontecimiento suele provocar más estrés que el hecho en sí, quienes han de relacionarse con una persona agresiva puede que tengan la sensación de vivir siempre a la espera de que estalle en cualquier momento. En el mejor de los casos, esto puede provocarles ansiedad o inhibición; en el peor, puede conducir a un exceso de estrés que a su vez puede desembocar en una enfermedad psíquica o física. Por supuesto, al agresor le gusta que todos estén esperando a que caiga el próximo chaparrón. Eso da más poder y autoridad.

Teniendo todo esto en cuenta no es de extrañar que todo aquel que pueda se aleje de dicha persona a la menor posibilidad. Esto aumenta su sentimiento de soledad y de ser «diferente» o «especial», y provoca que actúe con mayor agresividad. Es un círculo vicioso. Cualquiera que se relacione habitualmente con un agresor no tendrá dificultades en reconocer a este tipo de persona a simple vista; no obstante, hay algunas «pistas» en su lenguaje corporal y verbal que le harán delatarse inmediatamente, incluso ante un extraño.

Lenguaje verbal: la persona agresiva dirá cosas como...

. Mejor que...

. No puedes hacer nada...

. Has de.

- . Haz lo que te he dicho.
- . Quiero que...
- . ¡Empieza ya!
- Lenguaje corporal:
 - . Está de pie quieto.
 - . Tiene una postura rígida.
 - . Cruza los brazos.
 - . Grita.
 - . Señala con el dedo
 - . Toca clavando un dedo.
 - . Golpea su mesa de despacho.

HIPÓTESIS

La radiodifusión de música reggaetón incide significativamente en el lenguaje de los jóvenes de los colegios de Pelileo durante el período Septiembre 2011 – Febrero 2012

SEÑALAMIENTO DE VARIABLES

- Variable independiente: radiodifusión de música reggaetón
- Variable dependiente: lenguaje
- Unidad de observación: Jóvenes de los colegios de Pelileo
- Términos de relación o enlace lógico: La, de, incide significativamente en el, de los, durante el período 2012 – 2013.

CAPITULO III

METODOLOGÍA

Enfoque de la Investigación

La presente investigación en términos metodológicos utilizará un enfoque cuantitativo, manejando la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y comprobar hipótesis establecidas previamente y confiar en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento de la población.

Además será también cualitativo porque se utilizará algo en común para descubrir y refinar preguntas de investigación, pero no necesariamente se probarán hipótesis. Con frecuencia se basará en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones.

Modalidad de la Investigación

En este trabajo se realizará una investigación documental ya que se realiza apoyándose en fuentes de carácter documental, la consulta se hace en libros, también en artículos o ensayos de revistas y periódicos y finalmente en documentos que se encuentran en los archivos, como cartas, oficios, circulares, expedientes.

También se realizará investigación de campo apoyada en informaciones que provienen de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones, esta información se obtendrá directamente en la realidad en que se encuentra, por lo tanto, implica observación directa.

Nivel de Investigación

De acuerdo a la naturaleza de la investigación, está es de tipo correlacional o también llamada asociación de variables, esto ya que tiene dos variables y en base a ellas se trabajará para sacar conclusiones del problema de investigación.

Población y Muestra

Población

Cuadro N° 1.: Número de estudiantes de los colegios del cantón Pelileo

ESTUDIANTES	NÚMERO
Colegios de Pelileo	713
Total	713

Fuente: Dirección de Educación de Tungurahua

Elaborado por: Carlos Barrera

Muestra

Para que una muestra sea representativa de la población se requiere que las unidades sean seleccionadas por cursos y por sexo, se ha utilizado la fórmula que se detalla a continuación para estratificar la muestra:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confiabilidad 95% --- $0.95/2=0.4750$ --- $Z=1.96$

P= Probabilidad de ocurrencia 0.5

Q= Probabilidad de no ocurrencia $1-0.5=0.5$

N= Población 713

e= Error de muestreo 0.05 (5%)

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)713}{(1.96)^2(0.5)(0.5) + 713(0.05)^2}$$

n= 250

De la aplicación de formula en una población total de 713 estudiantes de los colegios de Pelileo, se ha determinado una muestra de 250 estudiantes.

Operacionalización de Variables

Cuadro N°2: Variable Independiente “Radiodifusión de música reggaetón”

Conceptualizaciones	Dimensiones Categóricas	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas e Instrumentos
La radiodifusión de música reggaetón es un servicio de radiocomunicación cuyas emisiones se destinan a ser recibidas directamente por el público en general, unida de una característica fundamental: la periodicidad o regularidad de las emisiones.	Orientación del género musical	Rítmico Bailable	¿Qué género musical es tu preferido? ¿Te gusta el reggaetón?	Encuestas
	Calidad de contenidos	Percepción Asimilación	¿Cuál es tu perspectiva acerca del reggaetón? ¿Considera usted que se debe difundir radialmente programas de música reggaetón educativos?	Encuestas
	Mensajes subliminales	Imitación Erotismo	¿Conoces el porqué de las letras de las canciones del reggaetón? ¿Crees que el reggaetón te induce a cambiar tu manera de expresarte?	Encuestas

Fuente: Investigación

Elaborado por: Carlos Barrera

Cuadro N°3: Variable Dependiente “Lenguaje oral agresivo”

Conceptualizaciones	Dimensiones Cateóricas	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas e Instrumentos
Lenguaje oral agresivo es un proceso de comunicación negativa con actitudes hostiles y palabras ofensivas	Actitudes y modales	Modelos positivos y negativos	¿Consideras que el reggaetón influye negativamente en tu lenguaje? ¿Crees que el reggaetón te hace cambiar de actitud?	Encuesta
	Valores	Morales Éticos	¿Provoca el reggaetón un deterioro de los valores adquiridos? ¿Qué códigos utilizas para socializar?	Encuesta
	Agresión verbal	Directa Indirecta	¿Crees que el reggaetón ha influido para que tu lenguaje oral sea agresivo? ¿De qué manera consideras que el reggaetón ha incidido en tu lenguaje?	Encuesta

Fuente: Investigación

Elaborado por: Carlos Barrera

Recolección de la información

Metodológicamente para **Luis Herrera E. y otros (2002: 174-178 y 183-185)**, la construcción de la información se opera en dos fases: plan para la recolección de información y plan para el procesamiento de información.

Plan para la recolección de información

Este plan contempla estrategias metodológicas requeridas por los objetivos e hipótesis de investigación, de acuerdo con el enfoque escogido, considerando los siguientes elementos:

- ***Definición de los sujetos: personas u objetos que van a ser investigados.***

La presente investigación tiene como propósito estudiar radiodifusión de música reggaetón y su incidencia en el lenguaje oral de los jóvenes de los colegios de Pelileo.

- ***Selección de las técnicas a emplear en el proceso de recolección de información.*** La presente investigación presenta dos técnicas a emplearse que son :

La encuesta.- según **Luis Herrera (2002: 132)**, es una técnica de recolección de la información por la cual los informantes responden por escrito a preguntas entregadas por escrito.

La entrevista.- según **Luis Herrera (2002: 129)**, es la conversación directa entre uno o varios entrevistadores y entre uno o varios entrevistados con el fin de obtener información vinculada al objeto de estudio y que le permita elaborar preguntas de la encuesta.

- ***Instrumentos seleccionados o diseñados de acuerdo con la técnica escogida para la investigación.*** La presente investigación diseña una encuesta.

- *Explicitación de procedimientos para la recolección de información, cómo se va a aplicar los instrumentos, condiciones de tiempo y espacio, etc.* Explicación de cómo, dónde y cuándo se aplicarán las técnicas de recolección de información.

Cuadro N°4: Procedimiento de recolección de información

TÉCNICAS	PROCEDIMIENTO
Encuesta	¿Cómo? Método Inductivo
	¿Dónde? En los predios de los colegios de Pelileo.
	¿Cuándo? El 10 y 11 de Enero del 2013.
	¿De qué personas u objetos? De los estudiantes de los colegios de Pelileo.
	¿Para qué? Para alcanzar los objetivos de la investigación.

Fuente: Colegios de Pelileo (2014)

Elaborado por: Carlos Barrera

Según **Víctor H. Abril (2010: 7)**, la inducción es aquella que va de los hechos particulares a afirmaciones de carácter general. Permite analizar casos particulares a partir de los cuales se extraen conclusiones de carácter general. Es muy importante por cuanto fundamenta la formulación de las hipótesis, la investigación de leyes científicas y las demostraciones.

PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

Plan de procesamiento de información

- **Revisión crítica de la información recogida.** Es decir limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.
- **Repetición de la recolección.** En ciertos casos individuales, para corregir fallas de contestación.
- **Tabulación o cuadros según variables de cada hipótesis: manejo de información, estudio estadístico de datos para presentación de resultados.**
- **Representaciones gráficas.**

Plan de análisis e interpretación de resultados

- **Análisis de los resultados estadísticos.** Destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis.
- **Interpretación de los resultados.** Con apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente.
- **Comprobación de hipótesis.** Teniendo en cuenta la población de la presente investigación se aplicara el método Chi-Cuadrado el cual según **Ciro Martínez (200: 545-546)**, se denomina Ji- cuadrado, derivada de la letra griega mayúscula que se escribe χ y que se lee “chi”, el cuadrado se debe a que la suma de las diferencias entre los valores observados y esperados será igual a 0, por lo tanto se hace necesario elevarlos al cuadrado, para cuantificar la diferencia. Por definición Ji-cuadrado de las diferencias entre las frecuencias reales u observadas y las frecuencias esperadas o teóricas y por denominador la frecuencia esperada.

$$\chi^2 = \sum \frac{(n_i - n_i^*)}{n_i^*}$$

$F_o = n_i$ = Frecuencia observada o real.

$F_e = n_i^*$ = Frecuencia teórica o esperada.

Se puede observar en la fórmula anterior, que mientras mayor sea la coincidencia entre las frecuencias observadas y las esperadas, menor será el valor de Ji-cuadrado.

Establecimiento de conclusiones y recomendaciones.

Cuadro N° 5. Relación de objetivos específicos, conclusiones y recomendaciones

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CONCLUSIONES	RECOMENDACIONES
1. Conceptualizar la teoría sobre la música reggaetón, su mensaje, contenidos, influencia en el lenguaje oral de los jóvenes 2. Determinar los horarios de difusión radial de música reggaetón con más rating para difundir la propuesta. 3. Proponer solución al problema planteado		

Elaborador por: Carlos Barrera

Las conclusiones se establecerán en función de los objetivos específicos y se establecerá una recomendación mínimo para cada objetivo y mínimo una recomendación por cada conclusión.

Durante la investigación, el procesamiento de la información se lo hará con métodos conocidos, en primer lugar se hará un barrido breve de la información, de forma manual para dejar a un lado los casos que no cuenten como válidos para la investigación.

Luego se clasificara la información conseguida y que se considera válida, para poder procesar dicha información, está a su vez ingresará al sistema informativo Excel, en el cual se utilizará fórmulas para obtener resultados cuantitativos.

Finalmente estos datos cuantitativos serán ingresados en el software SPSW, el cual ayudará a interpretar los resultados y determinar conclusiones válidas para la investigación.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.

Para la presente investigación se realizaron encuestas en los predios de cada institución. A continuación se exponen los resultados obtenidos: Las encuestas se efectuaron a los estudiantes del ciclo diversificado para determinar las principales causas que han incidido en el lenguaje oral agresivo de los jóvenes. Luego de haber procesado los datos obtenidos se procede a organizar, analizar e interpretar los resultados mediante cuadros y gráficos estadísticos.

Encuesta dirigida a los estudiantes de los colegios de Pelileo.

Pregunta 1. ¿Qué tipo de música es tu preferida?

Cuadro N° 6. Música preferida.

ALTERNATIVA	FRECUENCIAS	%
BALADAS	58	23,2
BACHATAS	36	14,4
REGGAETÓN	89	35,6
ROCK	37	14,8
VALLENATOS	30	12
TOTAL	250	100,00

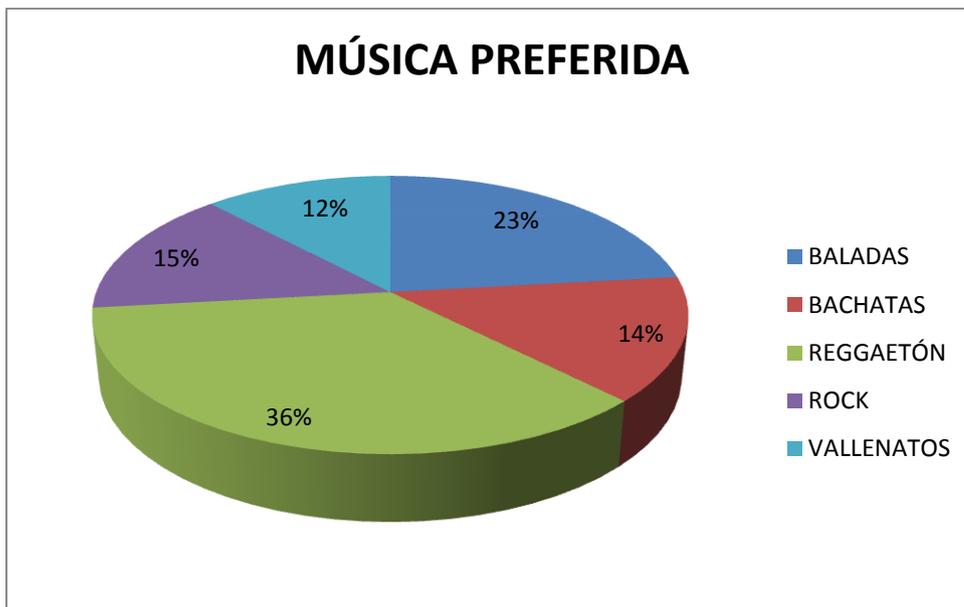


GRÁFICO N°4. Música preferida

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carlos Barrera

Análisis: Del 100% de las personas encuestadas el 36% responden que la música que prefieren es el reggaetón, el 23% dice que las baladas y el resto corresponden a preferencias como las bachatas, vallenatos y el rock.

Interpretación: Mediante las encuestas efectuadas en el ciclo diversificado se ha determinado que en la gran mayoría los jóvenes prefieren la música reggaetón esto demuestra que este tipo de música se ha impuesto por encima de cualquier género musical es decir que esto se ha puesto de moda y los jóvenes siempre quieren estar al grito de la moda sea en música en la forma de vestir o de expresarse lo cual obviamente es imitación de dicho género musical el cual no impone únicamente la música sino también la forma de vestirse, de expresarse, etc.

Pregunta 2. ¿Cuál es el horario de su preferencia para escuchar música?

Cuadro N° 7. Horario Preferido

ALTERNATIVA	FRECUENCIAS	%
DE 10 - 12 AM	53	21,20
DE 14 - 16 PM	82	32,80
DE 16 - 18 PM	81	32,40
SIN HORARIO	34	13,60
TOTAL	250	100,00

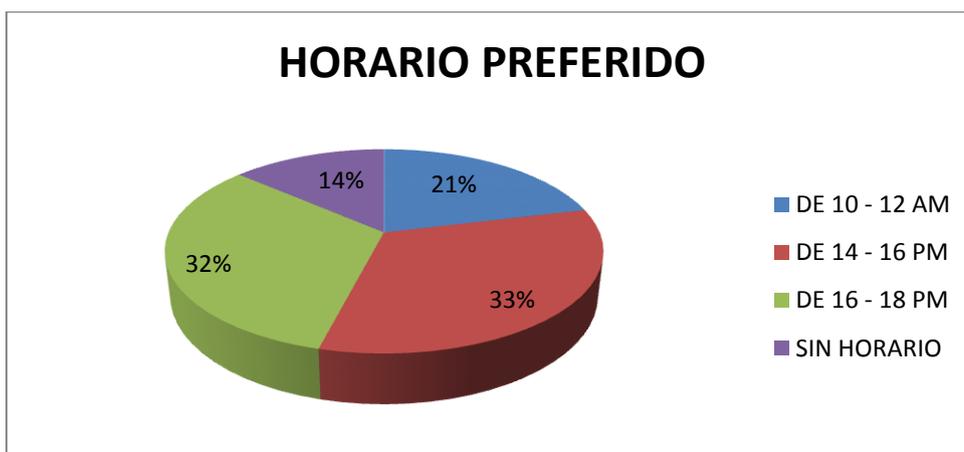


GRÁFICO N°5. Horario preferido

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carlos Barrera

Análisis: El 33% de los encuestados considera que el horario preferido para escuchar música es de 14h00 a 16h00, el 32% responde que su horario es de 16h00 a 18h00, en un 21% prefieren escuchar de 10h00 a 12h00 en cambio el 14% dice que prefieren escuchar música en cualquier momento es decir que no tienen un horario fijo para esta actividad.

Interpretación: Mediante el análisis efectuado he determinado que el horario preferido por los jóvenes está comprendido entre las 14h00 hasta las 18h00 lo cual me ha dado a entender que este horario es después de la jornada de clases donde se supone que realizan sus tareas escolares pero muchas de las veces no tienen

tareas que realizar y dedican por completo este tiempo para escuchar su música preferida.

Pregunta 3. ¿Qué medio de comunicación es tu predilecto para escuchar música?

Cuadro N°8. Medio de Comunicación Predilecto

ALTERNATIVA	FRECUENCIAS	%
RADIO	136	54,4
TELEVISIÓN	25	10
INTERNET	53	21,2
NINGUNA DE LAS ANTERIORES	36	14,4
TOTAL	250	100,00



GRÁFICO N°6. Medio de comunicación predilecto

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carlos Barrera

Análisis: De los estudiantes de los colegios de Pelileo, el 54% dice que su medio de comunicación predilecto para escuchar música es la radio; mientras que el 21% considera que es el internet, en cambio, el 15% prefiere la televisión y finalmente el 10% nos dice que su medio predilecto es otro diferente a los mencionados.

Interpretación: En cuanto a esta pregunta se da cuenta que el medio de comunicación predilecto por los jóvenes para escuchar música es la radio por lo cual es necesario recalcar que es necesario difundir un programa de música reggaetón educativo para ir recuperando paulatinamente los valores que se están perdiendo en nuestra juventud.

Pregunta 4. ¿Cuántas horas en el día escuchas música?

Cuadro N° 9. Horas diarias

ALTERNATIVA	FRECUENCIAS	%
2	124	49,60
4	79	31,60
6	12	4,80
MÁS HORAS	35	14,00
TOTAL	250	100,00



GRÁFICO N°7. Horas diarias

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carlos Barrera

Análisis: El 49% de los estudiantes encuestados responde que escucha dos horas diarias de música, en cambio, el 32% nos dice que son 4 horas, el 14% de los encuestados responde que son más horas de las mencionadas las que dedican a

escuchar música, finalmente, un 5% ha dicho que son 6 horas diarias las dedicadas a dicha actividad.

Interpretación: Diariamente los jóvenes dedican dos horas a escuchar música pero sabemos que el medio por el cual escuchan es la radio y en los cuales no se difunden programas educativos y en los horarios que los jóvenes disponen de ese tiempo por esto es necesario implantar la propuesta que ayude a los jóvenes a recuperar los valores adquiridos de sus padres ya sea en su lenguaje oral o en su forma de dirigirse a los demás.

Pregunta 5. ¿Crees que la radiodifusión de música reggaetón es adecuada para Uds., como radioescuchas?

Cuadro N° 10. Radiodifusión Adecuada

ALTERNATIVA	FRECUENCIAS	%
SI	74	29,60
NO	176	70,40
TOTAL	250	100,00

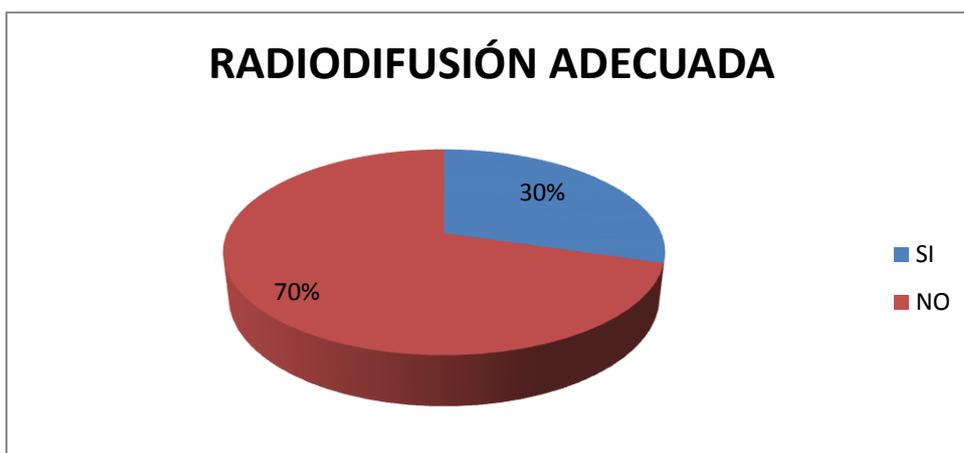


GRÁFICO N°8. Radiodifusión adecuada

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carlos Barrera

Análisis: En cuanto a la adecuada radiodifusión de música reggaetón, el 70% de los encuestados han respondido que no es adecuada, mientras que el 30% restante ha dicho que si lo es.

Interpretación: La mayor parte de encuestados en calidad de radioescuchas, creen que la radiodifusión de música reggaetón no es adecuada dentro de la gama de ritmos transmitidos, esto nos da a entender que es necesario difundir un programa educativo e informativo de reggaetón y estos resultados demuestran la necesidad q tienen los jóvenes de escuchar un programa de este tipo.

Pregunta 6. ¿Conoces el porqué de las letras de las canciones de reggaetón?

Cuadro N° 11. El porqué de las letras

ALTERNATIVA	FRECUENCIAS	%
SI	109	43,60
NO	141	56,40
TOTAL	250	100,00

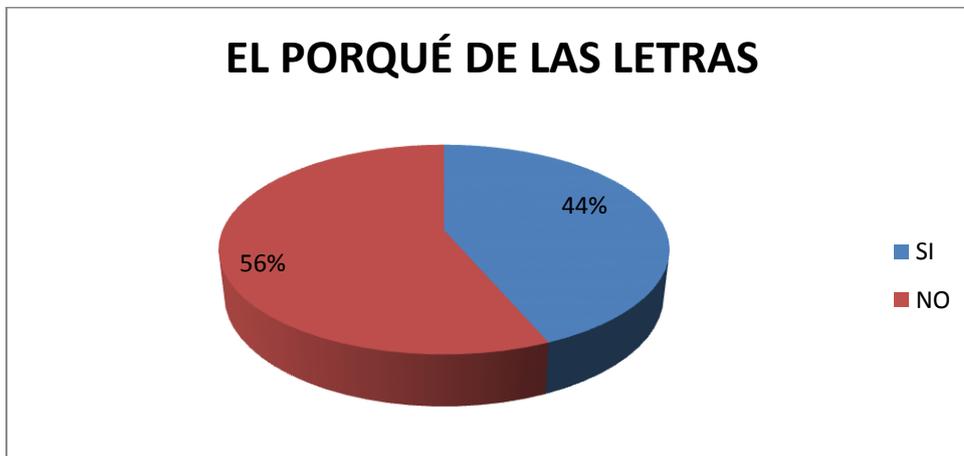


GRÁFICO N°9. El porqué de las letras

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carlos Barrera

Análisis: Del 100% de las personas encuestadas el 56% de ellas han contestado que no conocen del porqué de las letras del reggaetón, en tanto el 44% si conoce del porqué de dichas letras del reggaetón.

Interpretación: A pesar del constante bombardeo de música reggaetón a través de varios medios y entre ellos la radio, la mayor parte de los encuestados no conocen del porqué de las letras y su contenido, así se nota la falta de información educativa que se debe transmitir junto con la música que se difunde en dichos programas.

Pregunta 7. ¿Provoca el reggaetón un deterioro de los valores adquiridos?

Cuadro N° 12. Reggaetón vs valores

ALTERNATIVA	FRECUENCIAS	%
EN GRAN MEDIDA	53	21,20
POCO	115	46,00
NADA	77	30,80
NINGUNA DE LAS ANTERIORES	5	2,00
TOTAL	250	100,00

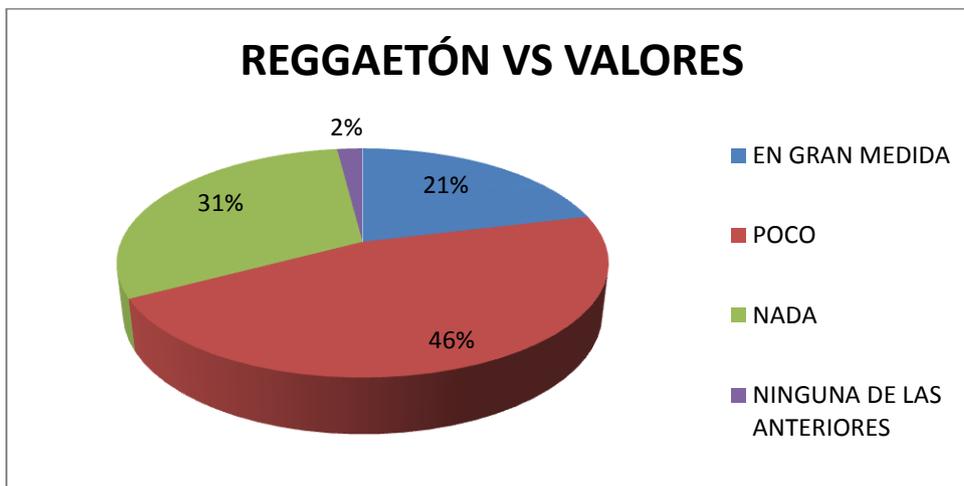


GRÁFICO N°10. Reggaetón vs valores

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carlos Barrera

Análisis: El 46% de encuestados dice que el reggaetón ha tenido poco deterioro en los valores adquiridos, el 31% menciona que el reggaetón no ha tenido nada en relación al deterioro de los valores, mientras el 21% ha contestado que en gran medida el reggaetón deteriora los valores adquiridos y finalmente, el 2% ha contestado que ninguna de las opciones contesta a la pregunta.

Interpretación: Según los encuestados el reggaetón poco influye en el deterioro de los valores adquiridos dentro de la familia pero al menos reconocen que dicho género musical si influye en el comportamiento, el lenguaje, la forma de vestir, etc., de los jóvenes.

Pregunta 8. ¿Considera que el reggaetón ha influido para que tu lenguaje oral sea agresivo?

Cuadro N° 13. Reggaetón y su influencia en el lenguaje.

ALTERNATIVA	FRECUENCIAS	%
SI	154	61,60
NO	96	38,40
TOTAL	250	100,00



GRÁFICO N°11. Reggaetón y su influencia en el lenguaje

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carlos Barrera

Análisis: Del 100% de los encuestados el 62% considera que el reggaetón si ha influido para que el lenguaje oral sea agresivo, en cambio el 38% restante responde que el reggaetón no ha influido para que su lenguaje oral sea agresivo.

Interpretación: La gran mayoría de los estudiantes han reconocido que el género musical reggaetón, si influye en el lenguaje oral, y, el cual se torna agresivo tras escuchar la forma de expresarse de los artistas en estas canciones, donde, le ponen a la mujer como un objeto sexual y presumible delante de sus amigos; aparte utilizan palabras grotescas, que al final terminan haciendo creer al radio escucha que dicha forma de expresarse es normal, es así, que adquieren otra manera de expresarse olvidando los modales y lo aprendido en el hogar; entre jóvenes creen que esta forma agresiva es normal y muy de moda es así que tratan de la misma manera a hombres o mujeres sin respetar el género.

Pregunta 9. ¿Qué es para Ud., agresividad?

Cuadro N° 14. Agresividad

ALTERNATIVA	FRECUENCIAS	%
IRAS	70	28,00
IRRITACIÓN	84	33,60
ENOJO	93	37,20
NO SABE	3	1,20
TOTAL	250	100,00

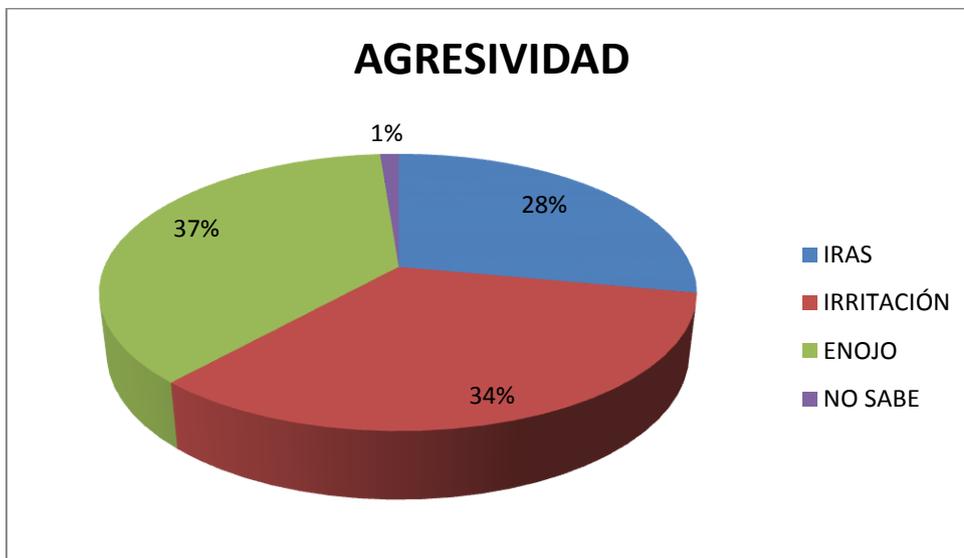


GRÁFICO N°12. Agresividad

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carlos Barrera

Análisis: De todos los encuestados el 37% considera que agresividad es para ellos el enojo, el 34% dice que es irritación, el 28% ha respondido que agresividad es la ira y por último, el 1% desconoce sobre el tema.

Interpretación: Para los jóvenes encuestados agresividad es enojo pero también es sinónimo de irritación, de cólera, de ofuscación.

Pregunta 10. ¿Ha tenido problemas con sus allegad@s por su lenguaje agresivo?

Cuadro N° 15. Problemas con sus allegad@s

ALTERNATIVA	FRECUENCIAS	%
SIEMPRE	66	26,40
FRECUENTEMENTE	61	24,40
A VECES	121	48,40
NUNCA	2	0,80
TOTAL	250	100,00

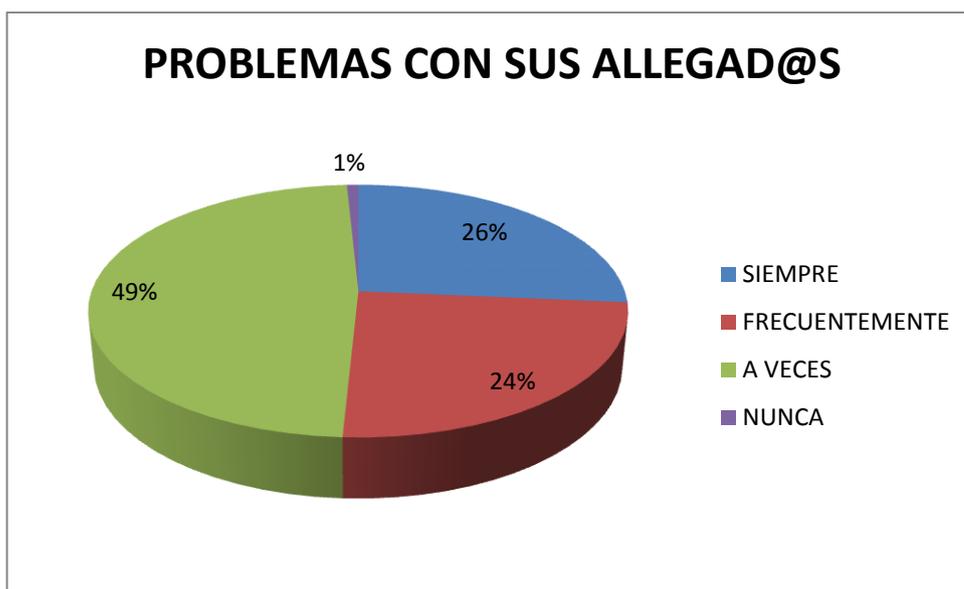


GRÁFICO N°13. Problemas con sus allegad@s

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carlos Barrera

Análisis: En el 100% de encuestados, el 49% de ellos han respondido que a veces su lenguaje agresivo le ha llevado a tener problemas con sus allegad@s, en tanto el 24% menciona que frecuentemente su lenguaje agresivo les ha llevado a tener problemas con sus allegad@s, el 26% dice que siempre le lleva a problemas su

lenguaje agresivo, y el 1% nunca a tenido problemas con sus allegad@s por el lenguaje agresivo.

Interpretación: Luego del análisis de las encuestas los estudiantes han reconocido que a veces han tenido problemas con sus allegados, debido a su lenguaje agresivo, lo cual, se va tornando en un problema social, pero, con mucha información educativa dentro de los programas de mayor preferencia por los jóvenes que en este caso resultan siendo los de música reggaetón, se pueden ir remediando de a poco e ir consiguiendo una sociedad más tranquila y con menos expresión de agresividad.

VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.

Planteamiento de la Hipótesis.

La radiodifusión de música reggaetón incide significativamente en el lenguaje oral de los jóvenes.

Hipótesis Nula

Ho: La radiodifusión de música reggaetón no incide en el lenguaje oral de los jóvenes.

Hipótesis Alterna.

Ha: La radiodifusión de música reggaetón incide significativamente en el lenguaje oral de los jóvenes.

Nivel de significancia y grados de libertad.

Para el efecto, a continuación se presenta el modelo estadístico utilizado:

Nivel de significancia: 0.05%

Grados de libertad: $gl=(n-1) (m-1)$

Dónde:

gl: grados de libertad

n: número de filas

m: número de columnas

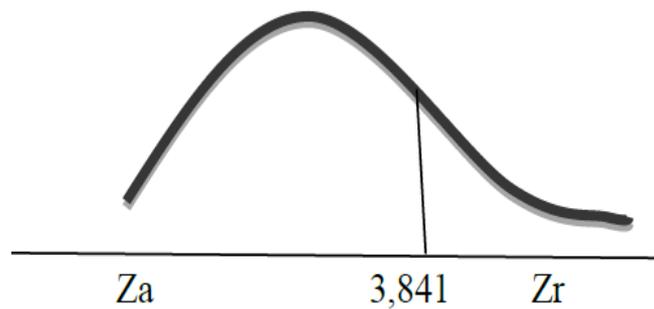
Por tanto:

$$gl= (5-1) (5-1)$$

$$gl= (4) (4)$$

$$gl= 16$$

$$=26,296$$



Regla de decisión:

Se acepta el H_0 si el valor de Chi-cuadrado a calcular es menor a 26,296 con alfa de 0.05 y 16 grados de libertad.

Estadístico de Prueba Chi – Cuadrado

Cuadro N° 16. Matriz de Frecuencias Observadas

		8. ¿Considera que el reggaetón ha influido para que tu lenguaje oral sea agresivo?			
10. ¿Crees que la radiodifusión de música reggaetón es adecuada para Uds., como radioescuchas?		V.D.			
		Alternativas	si	no	TMV
	V.I.	si	30	44	74
		no	124	52	176
	TMH	154	96	250	

Elaborado por: Carlos Barrera (2014)

Cuadro N° 17. Matriz de Frecuencias Esperadas.

		V.D.			
V.I.	Alternativas	si	no	TMV	
	si	18,48	16,90	74	
	no	76,38	19,97	176	
	TMH	154	13	250	

Elaborado por: Carlos Barrera (2014)

Cuadro N° 18. Cálculo del Chi - Cuadrado

<u>CHI-CUADRADO</u>				
O	E	O-E	(O-E)^2	(O-E)^2/E
30	18,48	11,52	132,71	7,18
44	16,90	27,10	734,63	0,00
124	76,38	47,62	2267,28	29,68
52	19,97	32,03	1026,05	51,38
TOTAL				88,25

Elaborado por: Carlos Barrera (2014)

Por tanto:

$88,25 > 26,296$ (Se rechaza H_0 y se acepta H_a)

Interpretación:

Mediante la comprobación realizada se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna lo cual nos indica que la radiodifusión de música reggaetón incide significativamente en el lenguaje oral de los jóvenes.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

A continuación del análisis e interpretación de los resultados obtenidos con las encuestas aplicadas se presentan las respectivas conclusiones y recomendaciones:

- Dentro de los gustos musicales de los jóvenes se ha determinado que, el género musical preferido es el reggaetón, el cual, es escuchado en un horario comprendido entre las 14H00 y las 18H00.
- Se ha llegado a la conclusión que la radiodifusión de música reggaetón no es la adecuada; esto ha sido expresado por los estudiantes que en este caso son los radioescuchas los cuales también han mencionado la falta de información educativa en dichos programas radiales.
- También han reconocido que la música reggaetón si ha influido en su lenguaje oral, la cual ha hecho que el mismo se torne agresivo, debido a esto ellos han dicho que a veces han llegado a tener problemas con sus allegados.
- Los estudiantes también consideran que no conocen el porqué de la letra de las canciones de reggaetón, las cuales, hacen ver a la mujer como un objeto sexual y algo presumible ante los demás, es así que, se va deteriorando los valores adquiridos en el seno familiar, ya que, este género influye mucho a que los jóvenes cambien de parecer entorno a lo que han sido educados.

RECOMENDACIONES

De acuerdo a las conclusiones obtenidas a continuación se presentan las recomendaciones pertinentes:

- Se recomienda la implementación de un diseño de programa radial educativo en el horario con más rating de música reggaetón el cual debe estar enfocado en recuperar los valores adquiridos de los jóvenes en la familia y así mejorar el lenguaje oral para que dicho problema no se torne en un inconveniente social.
- Los locutores a cargo de estos programas deben conocer y dar a conocer a su radio audiencia la procedencia de este tipo de música e interpretar el contenido de dichas canciones antes de sacarlas al aire; es decir escoger lo que atente al lenguaje de los jóvenes y no difundirlas ya que esto también evitaría empeorar un problema social.
- Es recomendable que la difusión de reggaetón sea examinada para que no influya en el lenguaje de los jóvenes y estos no lo adopten como suyo, para que de este modo no les lleven a tener inconvenientes con aquellos con los que se relacionan.
- Hay que hacer un estudio profundo de las letras de la música reggaetón, para conocer por qué se presentan este tipo de lenguaje en su contenido, así discernir que tipo de canciones son las más adecuadas para su difusión a través del medio en el que más se propagan, la radio, ya que de esta manera los jóvenes podrán discernir entre los diferentes contenidos de este género musical.

CAPITULO VI

PROPUESTA

DATOS INFORMATIVOS

TÍTULO: “Diseñar un programa radial de música reggaetón educativo con la finalidad de recuperar el lenguaje oral con valores de la juventud”.

INSTITUCIÓN EJECUTORA: Colegios de Pelileo

BENEFICIARIOS: Los estudiantes, los profesores, los padres de familia y el público en general.

UBICACIÓN: Provincia de Tungurahua, cantón San Pedro de Pelileo.

TIEMPO ESTIMADO PARA LA EJECUCIÓN: La propuesta se ejecutará: Inicio Abril 2014 Fin Julio del 2014.

EQUIPO TÉCNICO RESPONSABLE: El desarrollo de la presente propuesta lo realizará el autor del presente trabajo investigativo Carlos Barrera, y los gerentes de las diferentes emisoras radiales del cantón Pelileo.

COSTO.- El costo estimado de la propuesta será de \$1200 dólares.

ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

Luego de una determinada recolección y estudio de información, recurriendo a la técnica de la encuesta, se analizó los resultados con el contacto directo de los públicos interno y externo de los colegios de Pelileo, para conocer como la radiodifusión de música reggaetón influye en el lenguaje oral de los jóvenes.

Aquellos resultados indican que la radiodifusión del reggaetón si influye en el lenguaje oral de los jóvenes, porque sus letras y en general su contenido tiene almacenado argumentos para que quienes gustan de este género musical sean influenciados en su lenguaje oral.

JUSTIFICACIÓN.

La presente propuesta es de interés para la sociedad, debido a que en estos últimos años en que la difusión del reggaetón ha sido masiva y los jóvenes han sido influenciados en su lenguaje oral, ya que ellos, son los más vulnerables a los mensajes grotescos que contienen este tipo de música, por estar en un proceso de madures físico y psicológico; es por esto que ellos no saben discernir lo bueno de lo malo y consideran que es normal, y, como está de moda imitan y adoptan este tipo de conducta y manera de expresarse; lo cual, también resulta siendo una forma de llamar la atención a los padres y a la sociedad, ya que, como se sabe hoy en día en la mayoría de hogares, únicamente se dedican al trabajo para proveerles lo que ellos necesitan, y no se ocupan de lo que realmente les hace falta que es atención, comprensión y dedicar unos minutos a dialogar acerca de todo lo que ellos consideran es normal y hacerles entender que no es así.

Muchas personas creen que la música es pura, que no implica ningún problema, y por lo tanto, no requiere ninguna evaluación, sin conocer que la música ha ido evolucionando con el pasar del tiempo y que han surgido las grandes empresas discográficas, que al ver una gran acogida por los adolescentes y jóvenes, comienzan a comercializarlas y gracias a esto producen una exuberante ganancia, por tal motivo, es necesario implantar la propuesta.

OBJETIVOS

Objetivo general

Proponer el diseño de un programa radial de música reggaetón educativo con la finalidad de recuperar el lenguaje oral con valores de la juventud.

Objetivos específicos

- ✓ Determinar los programas radiales de música reggaetón con más rating con el fin de fijar el tiempo en que se difundirá la propuesta.
- ✓ Incluir los programas de música reggaetón a los horarios estelares con el fin de que los radioescuchas tengan información educativa durante estos.
- ✓ Diseñar un guión para el programa de música reggaetón educativo con el fin de que el mismo sea difundido de manera estructurada.
- ✓ Elaborar libretos para radio de un programa de música reggaetón educativo para evitar el incremento del lenguaje oral agresivo en los jóvenes.

ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

Social: Este trabajo contribuirá a la recuperación de los valores morales y sociales que se están deteriorando, a evitar que el lenguaje oral sea agresivo en los jóvenes por ende con un fin que concierne a la sociedad completa antes de que esto se convierta en un problema grave.

Tecnológico: La propuesta será factible ya que la radio hoy en día cuenta con los equipos necesarios y de última tecnología.

Organizacional: La programación de música reggaetón estará supervisada por el gerente del medio de comunicación y dirigido por el investigador.

Equidad de género: En cada emisión de dicho programa deberá existir la equidad de género sin menospreciar a ninguno de ellos para esto la emisora radial debe contar con personal capacitado y preparado para conducir este programa.

Ambiental: No afecta al medio ambiente porque la propuesta no se efectúa con propósitos de contaminación ambiental sino para favorecer el desarrollo social.

Económico – Financiero: Es viable porque los costos son mínimos en relación al objetivo que se pretende llegar con esta propuesta. A continuación se detalla los costos de los materiales necesarios para la transmisión del programa:

Cuadro N° 19. Recursos Económicos

ACTIVIDAD	COSTO
Cds de música reggaetón	\$100
Revistas acerca de la música reggaetón	\$20
Libros educativos acerca de la música	\$80
Laptop	\$750
TOTAL	\$950

Elaborado por: Carlos Barrera (2014)

Legal:

No existe ningún impedimento legal para llevar a cabo la ejecución de esta propuesta es por aquello que se puede realizar sin ningún problema.

FUNDAMENTACIÓN

Estrategia Comunicacional

Estrategia como término, define situaciones en las cuáles dos o más actores, fuerzas o sistemas pugnan por lograr objetivos similares, éste concepto aplicado a todas las áreas de la vida, tiende a lograr objetivos o metas, estableciendo bases para la coordinación en todos sus aspectos.

Dentro del ámbito empresarial establecer una red de comunicaciones eficaces constituye la base del éxito, para transmitir con claridad sus objetivos y proyecciones, a través del diseño e implantación de una estrategia eficaz de comunicación, lo cual no es tarea fácil ya que se requiere de un profundo conocimiento técnico a nivel organizativo, al igual que de las relaciones humanas y la habilidad necesaria para armonizarlas.

Una empresa debe saber establecer su identidad y ser clara en su propuesta, algo que se logra cuando la comunicación se incorpora desde el principio en su sistema organizacional, tanto interna como externamente.

Así una organización necesita planificar sus acciones comunicativas, ya que de ellas depende la guía hacia los objetivos de la empresa, recayendo sobre sus directivos ésta responsabilidad, que apunta a no dejar nada librado al azar, en cuanto a los mensajes destinados a los distintos públicos, a través de la coherencia como base fundamental.

Dicha coordinación involucra a todos los recursos comunicacionales de la empresa, abarcando a los externos e internos como: marketing, publicidad, atención al cliente, ambiente laboral, atención post venta, etc., los cuáles en su conjunto coordinado definen los objetivos y la identidad de la misma.

Alcances de la Estrategia.- Delimitación de la estrategia. Estas son de tres dimensiones:

Temático.- Hasta donde tiene alcance teóricamente la estrategia. En la modelación de un diseño comunicacional propio para la institución o su punto de meta. Se diseña un proceso comunicacional único ideal y exclusivo para la institución.

Es importante tener en cuenta la valoración crítica, modelos y paradigmas comunicacionales para asumir alguno, todo con el fin de modelar un proceso comunicativo propicio para la institución.

Modelar.- Es producir idealmente un modelo que vincule una interrelación permanentemente entre la institución y la población beneficiaria generando un ambiente favorable de comunicación de ida y vuelta.

Temporal.- Se debe tomar en cuenta el tiempo que toma desarrollar la estrategia, diseño e implementación; la primera parte es el diseño, la segunda parte es la implementación, la puesta en práctica de la teoría, diseñar, cuanto tiempo va a demandar la implementación de la estrategia en su integridad.

Es recomendable hacer una estrategia entre uno a cuatro años, lo recomendable es hacerla de uno a dos años; porque al cabo de esta se evaluara la estrategia, para que en función a esto se replantee si es necesario.

Espacial.- Da a conocer tácita y explícitamente el ámbito geográfico en que se aplicará la estrategia.

Tipos de Estrategias

Descripción de la estrategia.- Por orden de prelación en función a la psicología de la comunicación se pueden diferenciar cuatro tipos: de persuasión, información, concientización, movilización.

El diagnóstico más el trabajo de campo arroja datos informativos y cómo utilizarlo a través de géneros y formatos, para decidir lo que se quiere hacer: QUE = Contenido; COMO = Forma (formatos) dependiendo el enfoque.

Persuasión.- Puede ser al receptor que demanda información, se debe crear un estado de expectación (un ambiente de expectativa), inducir una necesidad de búsqueda de mayor información en el receptor la persuasión crea curiosidad.

Información.- No se debe informar del hecho sin antes predisponer para luego complementariamente informar (datos cinéticos), así los receptores responderán de buen agrado.

Sensibilización.- No es slogan, los mensajes deben llegar a la razón más que al instinto, ya que no debe comprar nada.

Concientización.- En esta fase se debe plantear un cambio de algo que se sabe y se tiene información del problema social que lo agobia (al receptor) y demanda el servicio de la institución.

La conciencia viene desde el punto de vista del receptor. Concientizar en ambas partes.

Movilización.- Esta induce a la acción de la población beneficiaria que va a demandar el servicio institucional en función a los objetivos. En cada tipo se debe decidir en función al diagnóstico, los géneros y formatos periodísticos.

Como debería funcionar una estrategia.

Primera Fase de Persuasión.- Debe tener un tiempo determinado puede ser de uno, dos o tres meses, cuando el contenido es completamente visto, cuando el servicio institucional abarca varios servicios o temas.

Segunda Etapa Posicionamiento.- Aquí se da la esencia fundamental de la institución comunicacional debe ser informativo y de concientización, esta puede durar hasta seis meses. El tiempo de la estrategia depende del complejo temático, del servicio y el problema socialmente reconocido.

Tercera Etapa la Recordatoria.- Viene consigo la movilización entra los mensajes más importantes de la etapa pionera y de posicionamiento, recordándoles la importancia del tema en cuestión y donde puede demandar información técnica especializada esta puede ser entre 2 a 3 meses.

Evaluar.- Se ha cumplido con los objetivos, si hay metas que no se cumplieron en cualquiera de las etapas se debe reprogramar para dar lugar a una nueva etapa pionera y recordativa puede durar unos 6 meses.

Difusión.- No debe ser intermitente, es decir, recortado o discontinuo posicionamiento es más intenso, se da la información no en términos de comercialización, no es proporcionar la imagen institucional, sino el servicio que brinda.

Movilización.- Es más esporádico no se debe otorgar demasiado para no perder en vínculo con el receptor.

En las nuevas etapas.- La primera que era de curiosidad se vuelve de fondo, con mensajes más fuertes se debe ir subiendo de nivel. Para cada etapa también se hace géneros y formatos.

Evaluar.- Cuando termina de finalizar la estrategia, se evalúa los objetivos en relación a los resultados esperados, sólo así sabremos si la inversión se justifica o no.

METODOLOGÍA

Cuadro N° 20.- Modelo Operativo.

FASES	ETAPAS	METAS	ACTIVIDADES	RECURSOS	PRESUPUESTO	RESPONSABLES	TIEMPO
INICIAL	Sensibilización	Socializar la propuesta de diseño de un programa radial de música reggaetón educativo con la finalidad de recuperar el lenguaje oral con valores de la juventud	<ul style="list-style-type: none"> • Diálogo previo con los involucrados • Presentación del documento de la propuesta 	<ul style="list-style-type: none"> • Investigador • Personal de apoyo • Documento de la propuesta 	\$ 20	El investigador	Una semana
CENTRAL	Planificación	Elaborar un guión para radio del programa de música reggaetón educativo con el fin de que el mismo sea difundido de manera estructurada	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño del guion del programa de radio, de música reggaetón educativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Documento de la propuesta 	\$ 10	El investigador	Tres semanas
	Implementación	Elaborar libretos para radio de un programa de música reggaetón educativo para evitar el incremento del lenguaje oral agresivo en los jóvenes	<ul style="list-style-type: none"> • Consolidar el producto de radio. • Pactar el espacio en radio donde se difundirá el programa. 	<ul style="list-style-type: none"> • CDs de música reggaetón • Material de apoyo • Libros sobre lenguaje e interpretación 	\$ 250	El investigador	Cuatro semanas
FINAL	Evaluación	Identificar aspectos y puntos negativos desde este proceso Evaluar el impacto de la propuesta Tomar acciones en base a resultados	<ul style="list-style-type: none"> • Pruebas • Encuesta • Entrevista • Cuestionario 	<ul style="list-style-type: none"> • Grabaciones de audio de los programas emitidos al aire • Fotos durante la emisión. 	\$ 70	El investigador La institución	Seis meses (durante la implementación)

Elaborado por: Carlos Barrera (2014)

Cuadro N° 21.- Programas radiales de música reggaetón con más rating.

Emisora Radial	Programa	Horario
Radio Fantasma 99.3 FM	“El manicomio”	De 14H30 a 18H00 De lunes a viernes
Radio Única 98.1 FM	“Radio Show”	De 14H00 a 18H00 Solo los días sábados

Elaborado por: Carlos Barrera (2014)

Cuadro N° 22.- Guión y libreto para el programa de música reggaetón educativo.

DISEÑO DE GUIÓN PARA PROGRAMA DE RADIO

Guion para programa de radio	
Tema: Reggaetón y lenguaje	
N°	AUDIO
001	SPOT DE INTRODUCCIÓN DEL PROGRAMA REGGAETÓN Y LENGUAJE
002	CONTROL: ENTRADA DE CORTINA, SONIDO DE LA CANCIÓN LA GASOLINA, BAJA Y SE MANTIENE
003	Locutor 1: Que tal amigos y amigas bienvenidos al programa: Reggaetón y Lenguaje Oral, empezamos con buen ánimo y hoy tendremos cosas muy interesantes sobre el reggaetón que serán de muchísima importancia para ustedes así que no se lo pueden perder. Antes de empezar quisiera que escuchen un extracto de una canción con la que empezamos de fondo musical y luego plantearemos un tema de

004	discusión, te parece? Bueno escuchemos.
	CONTROL: SUENA LA CANCIÓN “LA GASOLINA”
005	Locutor 1: Y aquí estamos de regreso, luego de escuchar este tema musical y que justamente nos sirve como introducción para empezar a tratar el tema del reggaetón y el lenguaje oral. Pero antes voy a dar la bienvenida también a nuestra compañera Verónica, hola Verónica como estas?
006	
007	Locutor 2: Hola que tal Carlos, me encuentro muy bien y claro quiero empezar saludando a todos nuestros radioescuchas, esperando que este programa sea de su completo agrado.
008	Locutor 1: Bueno vamos a empezar y quiero también agradecer la presencia en los estudios de la radio a un grupo de jóvenes del Instituto Técnico Superior Pelileo, que hoy nos acompañan. Chicos cómo están?
009	Locutor 3 (Jóvenes): ...
010	Locutor 1: Bueno me parece bien y les voy a comentar un extracto de este artículo de Marshall McLuhan que nos menciona que actualmente el reggaetón es más que un conjunto de ritmos y letras; es un indicador que permite identificar, y catalogar a muchos jóvenes, ustedes que opinan chicos?
011	Locutor 3 (Jóvenes): (Los jóvenes invitados dan su opinión al respecto)
012	Locutor 2: Pero ustedes creen que el escuchar ciertas canciones los lleva a tomar como un modelo a seguir para ustedes chicos?
013	Locutor 3 (Jóvenes): (Opinan)
	Locutor 1: Antes de continuar vamos a una pausa para comerciales y seguimos con este tema interesante sobre el Reggaetón y el lenguaje,

014	regresamos. CONTROL: SUENA CORTINA DEL PROGRAMA BAJA Y DESAPARECE
015	CONTROL: (CORTE COMERCIAL)
016	CONTROL: SUENA CORTINA DEL PROGRAMA BAJA Y MANTIENE.
017	Locutor 2: Estamos de regreso, gracias por seguir en nuestra compañía, vamos a continuar no sin antes escuchar un tema que está muy de moda hoy en día y que a los jóvenes les encanta y lo bailan también en las fiestas y luego regresaremos para analizar con los chicos sobre la letra de esta canción, escuchemos.
018	CONTROL: SUENA SPOT DEL PROGRAMA
019	CONTROL: SUENA LA CANCIÓN “LA GILLA” DE DON MANNY
020	Locutor 1: Hemos escuchado este tema titulado “La grilla” de Don Manny, desde ya el título es tema de discusión y quisiera preguntarles a ustedes chicos, ¿Qué les sugiere el tema de esta canción?
021	Locutor 3 (Jóvenes): (Los jóvenes opinan)
022	Locutor 2: Y en cuanto a la letra misma de esta canción a ustedes les sugiere a tratar a las chicas tal como se menciona?
023	Locutor 3 (Jóvenes): (jóvenes opinan)
024	Locutor 2: Que interesante, es momento de retirarnos a una pequeña pausa para comerciales y ya volvemos.
025	CONTROL: SUENA CORTINA DEL PROGRAMA BAJA Y DESAPARECE.
026	

027	CONTROL: (CORTE COMERCIAL)
028	CONTROL: SUENA SPOT DEL PROGRAMA
029	CONTROL: SUENA CORTINA DEL PROGRAMA BAJA Y MANTIENE.
030	Locutor 2: Continuamos con nuestro programa que es de ustedes también, y quiero mencionarles que según Raúl Rivadeneira Prada la conducta verbal agresiva se distingue por la forma imperativa e inapropiada con que el sujeto defiende sus derechos y trata de imponer, a la fuerza, sus puntos de vista, sentimientos e ideas, de manera directa o indirecta. Quisiera que ustedes chicos como involucrados nos comenten si tiene mucho que ver los temas de reggaetón que se escucha con el lenguaje oral con el que muchos de los jóvenes se expresan?
031	Locutor 3 (Jóvenes): (Los Invitados dan sus opiniones)
032	Locutor 1: Chicos disculpen que los interrumpa pero este programa se caracteriza por ser interactivo con quienes nos escuchan y tenemos una llamada telefónica. Hola que tal con quien tenemos el gusta y que tienes que aportar al tema que estamos tratando.
033	CONTROL: ABRE LA LLAMADA TELEFÓNICA
034	Locutor 3 (Jóvenes): (responden al comentario de la llamada)
035	Locutor 1: Realmente ha sido muy interesante el tema que tratamos hoy pero lamentablemente se nos ha terminado el tiempo, en un nuevo programa continuaremos, quiero agradecer a los chicos que estuvieron hoy con nosotros, chao muchachos.
036	Locutor 2: Es una pena que se termine el programa, pero no se preocupen que regresaremos en una nueva oportunidad, gracias a todos, un buen resto del día, chao.

037	CONTROL: SUENA CORTINA DEL PROGRAMA SUBE Y MANTIENE
038	CONTROL: SUENA SPOT DEL PROGRAMA CONTROL: SUENA DESPEDIDA DEL PROGRAMA, FONDO MUSICAL BAJA Y DESAPARECE.

Elaborado por: Carlos Barrera (2014)

ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA.

Las pláticas en familia y programas de radio educativos son básicas e imprescindibles para la interrelación propuesta ya que si se ha detectado un grado de ruptura de las relaciones interpersonales de los jóvenes con sus allegados.

PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN.

EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA		
1	¿Quiénes solicitan evaluar?	El interés de evaluar la propuesta, se manifiesta por parte de los maestros y padres de familia.
2	¿Por qué evaluar?	Es importante contar con una evaluación permanente para verificar si se está dando fiel cumplimiento al formato de radiodifusión de música reggaetón educativo.
3	¿Para qué evaluar?	Para satisfacer sus necesidades comunicacionales.
4	¿Qué evaluar?	El grado de incidencia de música reggaetón en el lenguaje oral de los jóvenes.

5	¿Quién evalúa?	El personal encargado de realizar la evaluación y monitoreo continuo de la propuesta serán los padres de familia y los maestros.
6	¿Cuándo Evaluar?	La evaluación se realizará en forma semestral.
7	¿Cómo Evaluar?	Mediante encuestas, entrevistas
8	¿Con que Evaluar?	Con cuestionarios.

Elaborado por: Carlos Barrera (2014)

BIBLIOGRAFÍA

- ABRIL, Víctor Hugo (2010), Investigación, Elaboración de Proyectos, Universidad Técnica de Ambato, Ambato – Ecuador.
- CARBALLO, Priscilla (2007). Reggaetón e identidad masculina.
- CARRILLO, Oswaldo (2003). Los Valores Humanos. Tercera Edición. ASESMAN. Tarqui - Manta
- DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO (2009). Volumen 1. Larousse Editorial, S.L.
- GARCÍA, Antonio (1980). Comunicación para la Dependencia o para el Desarrollo. Primera Edición. Intiyan, Quito – Ecuador.
- HERRERA, Luis (2004), Tutoría de la Investigación Científica. Diemerino Editores, Quito - Ecuador
- HOEBERICHTS, Anouk y LÓPEZ Miguel (2001). Comunicación y radio para el desarrollo local. Primera Edición. Ediciones Abya – Ayala. Quito Ecuador.
- MENDIZÁBAL, Iván, CUCURELLA Leonela (2001). Comunicación en el Tercer Milenio. Primera Edición. Ediciones Abya – Yala. Quito – Ecuador.
- REINOSO, Iván (2004). La programación radiofónica en Panamericana (La Mega 92.9 FM) y su influencia en la educación cultural de la juventud de la zona urbana de Quero.
- ROMERO, José, VÁSQUEZ, Patricio (2011). Influencia de la música del reggaetón en la conducta de los jóvenes de 15 a 18 años de la Ciudad de San Miguel en el año 2009.
- VACA, Darío (2004). La influencia de la música rap transmitida en Radio Canela en la incorrecta expresión oral de la juventud de 15 a 21 años de la ciudadela España.
- BATISTA, Karen.(1991), “Análisis de la Radio como Medio Publicitario”.
[En línea] Disponible en:

<http://www.monografias.com/trabajos13/radio/radio.shtml>. (Fecha de consulta: 08.08.2013)

- El Tiempo, (1995), “¿Qué son los medios de comunicación?”. [En línea] Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Medio_de_comunicaci%C3%B3n. (Fecha de consulta: 08.08.2013)
- GARCÍA, I. (2006), “Caracas perrea: una aproximación a la sensibilidad urbana a través del reggaetón”. Universidad Católica Andrés Bello. [En línea] Disponible en: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAQ6920.pdf> (Fecha de consulta: 02.07.2013)
- WIKIPEDIA (2013), Sociedad. Fundación Wikimedia, Inc. [En línea] Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Sociedad>. (Fecha de consulta: 20.11.2013)

ANEXOS

ANEXO 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Objetivo: La presente encuesta tiene como finalidad obtener información relacionada con la radiodifusión de música reggaetón y su influencia en el lenguaje oral de los jóvenes de los colegios de Pelileo.

Instrucciones:

- Señale con una X una sola respuesta.
- No se admiten tachones ni enmendaduras

1.- ¿Qué tipo de música es tu preferida?

a) Baladas

b) Bachatas

c) Reggaetón

d) Rock

e) Vallenatos

2.- ¿Cuál es el horario de su preferencia para escuchar música?

a) de 10 -12 am

b) de 14 – 16 pm

c) de 16 -18 pm

d) sin horario

3.- ¿Qué medio de comunicación es tu predilecto para escuchar música?

a) Radio

b) Televisión

c) Internet

d) Ninguna de las anteriores

4.- ¿Cuántas horas en el día escuchas música?

a) 2

b) 4

c) 6

d) más horas

5.- ¿Crees que la radiodifusión de música reggaetón es adecuada para Uds., como radioescuchas?

a) si

b) no

6.- ¿Conoces el porqué de las letras de las canciones de reggaetón?

a) si

b) no

7.- ¿Provoca el reggaetón un deterioro de los valores adquiridos?

a) en gran medida

b) poco

c) nada

d) ninguna de las anteriores

8.- ¿Considera que el reggaetón ha influido para que tu lenguaje oral sea agresivo?

a) si

b) no

9.- ¿Qué es para Ud., agresividad?

a) iras

b) irritación

c) enojo

d) no sabe

10.- ¿Ha tenido problemas con sus allegad@s por su lenguaje agresivo?

a) siempre

b) frecuentemente

c) a veces

d) nunca

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

CARLOS BARRERA