



**UNIVERSIDAD DE MATANZAS**

**FACULTAD DE IDIOMAS**

**Maestría en Didáctica de las Humanidades**

**Título: La audiencia juvenil a los programas socioeducativos de la emisora  
“Radio 26” de Matanzas**

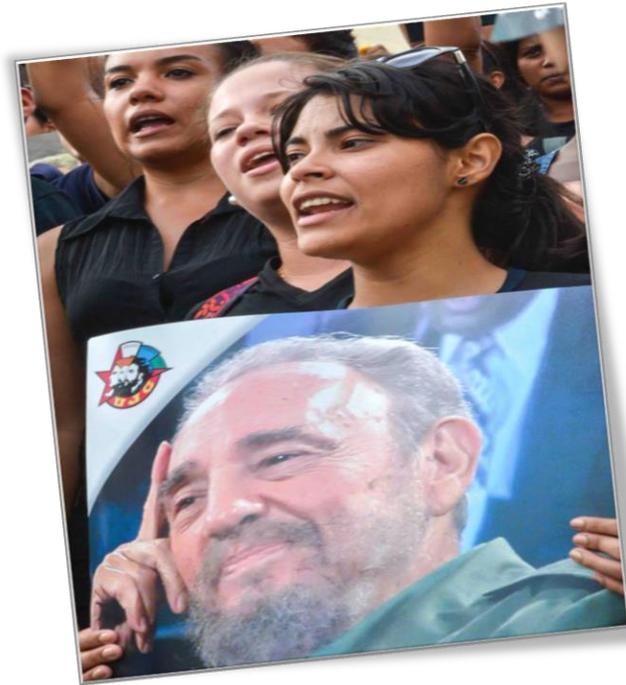
**Tesis en opción al título académico de Máster en Didáctica de las Humanidades**

**AUTOR: Lic. Iván Leonel Almeida Silveira**

**TUTORA: Dr. C. Ivis Nancy Piedra Navarro**

**Matanzas**

**2019**



***“Nuestra juventud debe procurar adquirir aquellos conocimientos que sean más útiles en cada momento a la nación. Sobre todo, si se tiene en cuenta que estamos entrando en una etapa enteramente nueva (...).”***

**11 de mayo de 1959**

## **DEDICATORIA**

**A mis padres: Por apoyarme en cada decisión y porque me demuestran lo hermosa que es la vida cuando se lucha por un proyecto de realización personal.**

**Muy especial a mi madre, que ha sido un ejemplo y me ha enseñado a no desfallecer, ni rendirme, con sus sabios consejos.**

**A Robertico y Elaine, mis sobrinos, como jóvenes de nuestra sociedad, garantizando el relevo de la familia.**

## **AGRADECIMIENTOS**

**Gracias a todas las personas de la Universidad de Matanzas que participaron en mi proceso de formación.**

**A mi tutora Dr. C. Ivis Nancy Piedra, a la coordinadora del Programa de Maestría en Didáctica de las Humanidades Dr. C. Bárbara Maricely Fierro Chong, que fueron el apoyo motivador para continuar cada día sin desistir y poder culminar esta tesis satisfactoriamente.**

**A mi hermana que ha estado junto a mí, dándome apoyo, siempre.**

**A mis amigos y familiares que siempre me han apoyado moral y humanamente, y han sido necesarios en los momentos difíciles.**

## **RESUMEN**

La pertinencia de estudiar desde una perspectiva interdisciplinaria la influencia de los medios de comunicación masiva en Cuba, específicamente de la radio, en un contexto como el de la segunda década del siglo XXI, caracterizado por la presencia absorbente del audiovisual y las redes sociales, revela la novedad de elaborar una estrategia educativa que contribuya a elevar la audiencia juvenil a los programas socioeducativos de la emisora "Radio 26". A partir del empleo de métodos de la investigación educativa, del nivel teórico y del nivel empírico, se identificaron las bases teórico - metodológicas desde la Didáctica de las Humanidades para potenciar el papel de la radio de comunicar, informar, educar, entretener, formar, opinar y enseñar a los adolescentes y jóvenes como parte de la audiencia juvenil a través de programas radiales socioeducativos. La aplicación de diversos instrumentos ofreció información importante en este estudio, y posibilitaron las valoraciones de los resultados derivados de su aplicación en la práctica.

## ÍNDICE

	Pág.
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO 1. REFERENTES TEORICOS QUE SUSTENTAN LA AUDIENCIA JUVENIL A PROGRAMAS RADIALES SOCIOEDUCATIVOS.</b>	<b>7</b>
1.1 La audiencia a los programas radiales: una mirada desde la comunicación.	<b>7</b>
1.2. La radio y los programas socioeducativos.	<b>15</b>
1.2.1 Identidad cultural en los programas socioeducativos de la radio cubana.	<b>22</b>
1.3. Potencialidades de la juventud como audiencia de programas radiales socioeducativos.	<b>29</b>
1.3.1. La programación socioeducativa de la emisora matancera “Radio 26” orientada a la audiencia juvenil.	<b>33</b>
<b>CAPÍTULO 2. ESTRATEGIA EDUCATIVA QUE CONTRIBUYE A ELEVAR LA AUDIENCIA JUVENIL A LOS PROGRAMAS RADIALES SOCIOEDUCATIVOS DE LA EMISORA “RADIO 26”.</b>	<b>39</b>
2.1 Diagnóstico del estado actual de la audiencia juvenil a programas socioeducativos de la emisora “Radio 26”.	<b>39</b>
2.2 Características generales de la estrategia educativa.	<b>45</b>
2.2.1 Estructura y dinámica interna de la estrategia educativa.	<b>50</b>
2.3. Valoración de los resultados obtenidos de la aplicación de la estrategia	<b>59</b>
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>65</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>66</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	
<b>ANEXOS</b>	

## **INTRODUCCIÓN**

El proceso de globalización de la economía y de las culturas de los pueblos constituye el nuevo escenario donde los medios de comunicación ocupan un rol protagónico y decisivo en la era de la sociedad informatizada.

La comunicación como proceso sociocultural es uno de los principales procesos formativos, de ahí que conciliar y articular las alianzas de los medios de comunicación con las instituciones educativas constituye una necesidad del contexto cubano actual. La necesidad de dialogar, emplear adecuadamente el discurso ha sido objeto de estudio de diversos investigadores en Cuba y en el mundo. Puig, J, M, (1995).Ojalvo V (1995), (1999), (2005). Vila I, (2005). Roméu (2007).

La radio, medio de comunicación masiva, llega a Cuba al cierre de la segunda década del siglo XX. Al triunfo de la Revolución, la programación cultural y educativa que se ofrece por la vía radial se orienta de manera significativa, cuantitativa y cualitativamente hacia las aspiraciones sociales. Lo anterior se reveló en la integralidad de la programación radiofónica, mediante espacios con contenidos orientados al enriquecimiento espiritual de los radioyentes.

En el empeño de lograr la formación integral de cada individuo, la radio representa una fortaleza. El carácter político-ideológico y cultural de la programación radial asevera su correspondencia con las orientaciones del Partido Comunista de Cuba y el Gobierno en aras de desarrollar la identidad cultural.

Más allá de ser un medio de comunicación, información y entretenimiento, le corresponde a la radio convertirse en una herramienta de complemento para la formación de valores en las diferentes etapas de la vida. La educación no se encuentra localizada de manera exclusiva en la escuela; los medios de comunicación entre los cuales se reconoce a la radio, influyen de manera significativa en la formación de niños, adolescentes y jóvenes.

La programación de la radio mediante sus funciones, propicia la realización de actividades y acciones desde una perspectiva globalizadora y resulta un

instrumento dinámico para el tratamiento de los principales temas a los que se enfrenta la sociedad cubana a partir del interés y la motivación del oyente.

No obstante, se reconoce que la presencia de la tecnología, obliga a todos aquellos profesionales que se desempeñan en el medio radial, a trazar estrategias que propicien adaptarse y potenciar su papel formador mediante la programación para satisfacer las necesidades informativas, educativas, culturales y, recreativas. El hecho de concebir programaciones en correspondencia con las particularidades e intereses de grupos etarios, acentúa la preocupación por la tendencia a la no escucha de programas radiales por una población juvenil. Los jóvenes se han adaptado de forma muy rápida al entorno digital aprovechando todas las posibilidades que este les ofrece. Ante los esfuerzos que reclama la formación de un hombre que responda a las necesidades del tiempo en que vive el autor de la presente investigación halló pertinente realizar las indagaciones en torno a la audiencia juvenil de los programas socioeducativos de la radio.

La búsqueda de investigaciones de referencia permitió identificar algunas que alertan, desde perspectivas diversas, en las implicaciones de la pérdida de la población joven como oyentes de radio. Entre ellas se destacan las de Reig, Ramón (1994). Litwin, E, (1995). Domínguez, M. Josefa (2000). Sotomayor, Elizalde D. (2009), entre otros autores. No obstante, se aprecia que hasta el momento prestar atención a la gestión que puede y debe desarrollar el personal que se desempeña en las emisoras radiales al interiorizar el valor educativo de los programas destinados a la audiencia juvenil no constituye uno de los temas en los que se profundice.

La provincia de Matanzas se destaca por un sostenido desarrollo y tradición de programas radiales, la existencia de varias emisoras en la provincia marca las peculiaridades de cada territorio.

En la emisora provincial “Radio 26” se presta atención a la calidad de los programas en aras de motivar a los radioyentes y que el público disfrute conscientemente de ellos. Se reconoce la influencia en el enriquecimiento sociocultural, específicamente de los dirigidos a niños y jóvenes, lo que evidencia su repercusión en la educación y en la cultura general.

El análisis de resultados del estudio sistemático de auditorios, conocido como medición de audiencia, el análisis sistemático de la audiencia real y potencial, el estudio de los índices de audiencia y de fidelidad, encuestas radiales, inspecciones a programas y, reuniones de departamento y colectivos de programa así como, la experiencia del autor como coordinador de producciones radiofónicas y asesor de programas radiales de la emisora “Radio 26” evidenciaron que:

- en los niveles de audiencia es poco significativo la presencia del público joven,
- en la escucha de los jóvenes de programas radiales predomina un interés por programas meramente recreativos,
- preferencias de los jóvenes por recurrir a las nuevas tecnologías para la búsqueda de información y entretenimiento, restándole importancia e interés a los medios de comunicación masiva, específicamente la radio,
- insuficiente accionar por parte de profesionales de la radio para que se reconozca este medio de comunicación como vía que propicie transformar el modo de actuación del público juvenil desde su condición de radioyente,
- limitadas acciones encaminadas a identificar fortalezas y oportunidades de la audiencia a los programas socioeducativos.

Estos aspectos evidencian una contradicción que se expresa en las aspiraciones de la programación socioeducativa de la radio como medio de comunicación de influencia social, en la consolidación y desarrollo del individuo desde actitud generadora de conocimientos, habilidades, aptitudes y la poca audiencia que tienen los programas socioeducativos que están destinados a los jóvenes, lo que limita que se materialice tal propósito.

Por la situación antes expuesta se define como **problema científico** ¿Cómo contribuir a elevar la audiencia juvenil a los programas socioeducativos de la emisora “Radio

26”?

Se reconoce como **objeto de la investigación** la audiencia a los programas socioeducativos radiales y como **campo de acción**, la audiencia juvenil a los programas socioeducativos de la emisora “Radio 26”.

Se identificó como **objetivo** de la investigación, elaborar una estrategia educativa que contribuya a elevar la audiencia juvenil a los programas socioeducativos de la emisora “Radio 26”. Para dar respuesta al objetivo propuesto se presentan preguntas científicas con sus correspondientes tareas de investigación.

### **Preguntas Científicas**

1. ¿Qué referentes teóricos y metodológicos sustentan la audiencia juvenil a programas radiales socioeducativos?
2. ¿Cuál es el estado actual de la audiencia juvenil a programas socioeducativos de la emisora “Radio 26”?
3. ¿Qué acciones que se han de integrar en una estrategia educativa que contribuya a elevar el nivel de audiencia juvenil a programas socioeducativos de la emisora “Radio 26”?
4. ¿Qué resultados se obtienen de la aplicación de la estrategia educativa propuesta?

### **Tareas de investigación**

1. Determinación de los referentes teóricos y metodológicos que sustentan la audiencia juvenil a programas radiales socioeducativos.
2. Caracterización del estado actual de la audiencia juvenil a programas socioeducativos de la emisora “Radio 26”.
3. Diseño de las acciones que se han de integrar en una estrategia educativa que contribuya a elevar el nivel de audiencia juvenil a programas socioeducativos de la emisora “Radio 26”.
4. Valoración de los resultados que se obtienen de la aplicación de la estrategia educativa propuesta

La investigación tiene su basamento filosófico en la dialéctica materialista desde una posición marxista –leninista, que posibilitó el estudio del fenómeno en su desarrollo. Esta a su vez constituye un sustento de un sistema de métodos del nivel teórico y otros del nivel empírico.

Entre los métodos teóricos se aplicaron, el histórico – lógico, el analítico - sintético, el inductivo – deductivo y la modelación. Se asume la modelación como método del conocimiento teórico que permite descubrir nuevas cualidades y establecer relaciones en la propuesta.

Los métodos empíricos empleados fueron, la encuesta a jóvenes, para valorar el comportamiento de su audiencia a programas socioeducativos de la emisora “Radio 26”; la entrevista a directivos y especialistas de la emisora “Radio 26”, para obtener información con respecto a la necesidad de incentivar la audiencia juvenil a programas radiales socioeducativos y el estudio de documentos que rigen la metodología de la programación radial. Todos ellos permitieron la sistematización de los referentes teóricos y metodológicos acerca del objeto de investigación, así como el procesamiento de la información obtenida del estudio de los documentos y de la aplicación de instrumentos científicos en la investigación.

La aplicación del método estadístico facilitó el análisis cuantitativo de los datos registrados durante el proceso investigativo y la comparación de los resultados que complementó dicho análisis realizado.

Dadas las particularidades de la investigación, para la determinación de la población y la muestra, se asumió el universo de jóvenes estudiantes de la Educación de Adultos del municipio Matanzas. Las razones están dadas por ser representativo de jóvenes con diversidad de intereses y preferencias, vulnerabilidad en cuanto a permear de estilos y tendencias no acordes con valores instituidos socialmente, flexibilidad en horarios que permiten escuchar radio. El hecho de asistir a una institución educativa permite ejercer una influencia homogénea.

La población está integrada por los 67 estudiantes de la Facultad Obrero Campesina “Julio Antonio Mella” del consejo popular Matanzas Este; institución que en el municipio matancero posee reconocimiento en el nivel de la Educación de Adultos. En su matrícula se cuenta con estudiantes cuyas edades están en el rango de edad entre los 18 y 35 años, lo que es representativo para los intereses de la investigación.

La muestra está conformada por 15 estudiantes de la referida Facultad Obrero Campesina lo que representa el 22,38 % de la población. Como criterio para su selección se tuvo en cuenta que cursan el primer semestre, por lo que es permisible desarrollar la investigación y valorar los resultados que se obtengan a partir de su seguimiento.

La significación práctica de este resultado, radica en que la aplicación de la estrategia educativa, favorece la elevación de la audiencia juvenil a los programas socioeducativos de la emisora "Radio 26", como vía para la formación humanista de los jóvenes de la Educación de Adultos. La novedad consiste en identificar en las alianzas necesarias e imprescindibles de la emisora con las instituciones educativas un elemento que favorece a elevar la audiencia a programas radiales socioeducativos en este caso, por parte de los jóvenes.

La tesis consta de introducción, de desarrollo dos capítulos, conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

## **CAPÍTULO 1: REFERENTES TEÓRICOS QUE SUSTENTAN LA AUDIENCIA JUVENIL A PROGRAMAS RADIALES SOCIOEDUCATIVOS.**

La comunicación como componente esencial en la formación integral de la personalidad se expresa de diferentes formas y en diversos formatos y medios. En este capítulo se ofrece una sistematización de los referentes teóricos y metodológicos que sustentan la pertinencia de abordar desde la perspectiva de la didáctica de las humanidades el fenómeno de la audiencia juvenil a programas radiales con intencionalidad en aquellos de carácter socioeducativo.

**1.1- La audiencia a los programas radiales: una mirada desde la comunicación** Referirse a la audiencia juvenil a programas radiales socioeducativos en el contexto de la didáctica de las humanidades conlleva a reflexionar en torno a la comunicación radial desde la perspectiva de la comunicación imaginal. En tal sentido se impone hacer referencia a que en la literatura científica se define la comunicación como la transmisión de información. Esto puede explicarse no solo por una concepción limitada de la comunicación, sino también por el notable papel que juega la información en la vida social y personal, así como por las posibilidades reales de abordar su estudio en el plano científico.

La información se concibe no solo como ideas, conceptos, conocimientos; sino que incluye también los intereses, estados de ánimo, sentimientos, actitudes que se producen entre las personas durante la actividad.

Se trata de un intercambio de información, es decir, un fenómeno bidireccional y no de una mera transmisión en una sola dirección. En este sentido, es necesario subrayar el carácter activo de cada uno de los interlocutores de la comunicación. No se trata de transmitir un mensaje acabado que se recibe y acepta por el interlocutor, como se interpreta a veces de modo mecanicista, sino de un proceso común entre los participantes en el que se forma, precisa y desarrolla la comunicación.

La aparición de la radio fue una revolución no solo tecnológica sino cultural, era la posibilidad de establecer una comunicación sin la presencia física de los

interlocutores. Quienes se desarrollan en este medio parten de la premisa de poseer una adecuada preparación que les permita establecer el mensaje.

En el contexto de la presente investigación se reconoce como plataforma teórica y metodológica, la pedagogía cubana, que reconoce el valor de la cultura mediante la comunicación. En correspondencia se asume lo reconocido por la psicología de orientación marxista, en la cual se concibe la comunicación como un fenómeno complejo y multifacético.

Se distinguen tres componentes que cumplen funciones diferenciadas pero mutuamente relacionadas: proceso informativo, en el que la comunicación cumple la función de intercambio de información; proceso de interacción, de influencia recíproca, en el que la comunicación cumple en una función regulativa de la conducta, y proceso de comprensión mutua, de percepción interpersonal, donde intervienen las emociones de los comunicantes por lo que cumple una función afectiva.

Otro estudio de investigación acerca de la radio y su valor en la formación y desarrollo de una audiencia juvenil con valores autóctonos, implica abrazar las tres funciones fundamentales: informativa, afectiva y reguladora que debe cumplir la comunicación como actividad humana. Según (Ojalvo; 1995)

- Función informativa: reconoce el notable papel de la información en la vida social y personal, así como sus posibilidades de estudiarla a partir de la ciencia. Se concibe como un intercambio que incluye no solo ideas, conceptos, conocimientos, sino intereses, estados de ánimos, sentimientos y actitudes que se producen entre las personas de forma conjunta.
- Función reguladora, garantiza el intercambio de acciones entre los interlocutores, quienes se influyen mutuamente en la organización de la actividad conjunta. Mediante ella se establece la retroalimentación que debe acompañar al proceso comunicativo, esto permite al emisor conocer el efecto ocasionado con su mensaje y autoevaluarse.

- Función afectiva: está asociada a la comprensión mutua, mediante ella cada individuo puede establecer una imagen de sí mismo y de los demás, lo que se consigue por la valoración de las cualidades de la personalidad de los comunicadores para la comprensión mutua. Según este autor, se deben establecer tres mecanismos básicos en el proceso de comunicación.

De acuerdo con lo anterior en esta tesis toda la influencia que puede desarrollarse desde la radio se sustenta en esta dirección. El proceso comunicativo se asocia no solo a un mero intercambio de palabras, sino a una interacción de criterios, puntos de vista y significados que son prácticas socioculturales, que pasan por el tamiz de las relaciones interpersonales, la subjetividad de los hablantes, en correspondencia con el nivel cultural y a la situación contextual de los participantes en el proceso a partir de lo que acontece en los diferentes escenarios y el entorno social:

“...la comunicación es un proceso complejo, de carácter material y espiritual, social e interpersonal que posibilita el intercambio de información, la interacción y la influencia mutua en el comportamiento humano, a partir de la capacidad simbólica del hombre”. (Ojalvo V y otros. 2005. p. 107).

La comunicación implica entonces un saber interdisciplinario. Se comparte con García Caballero (2017) la importancia de las necesidades que en el orden psicosocial, cognitivo, afectivo y biológico el hombre tiene, concretadas en el medio sociocultural, en la comunicación, en función de comprender el significado cultural que subyace en las formas lingüísticas, establecer distinciones culturales y consideran el carácter complejo de la competencia comunicativa que se expresa en otras competencias que la constituyen, apreciadas desde diferentes perspectivas.

En la presente investigación se insiste en que, la comunicación radial, no requiere la presencia física, al darse mediante dispositivos tecnológicos, con un carácter de interacción multidimensional, multicultural, global y local, es un reto para la formación de una audiencia juvenil códigos culturales, creencias, valores y actitudes diversas. Enfatizar en el alcance educativo de un mensaje encuentra sustento en criterios como los de Pupo, R (1990) quien señala que la comunicación y la educación constituyen una unidad dialéctica inseparable. Planteó que la educación

es una vía imprescindible para el mejoramiento y auto mejoramiento del individuo y la sociedad y destacó el papel del hombre en su acción transformadora, a partir de la comprensión de la actividad humana en el plano objetivo y subjetivo.

Según Roméu, (2013) “El concepto de desarrollo humano se define como un proceso cualitativo de cambio, que se produce de manera continua, sobre la base de las condiciones y características del ser humano, a partir de su interacción con los factores sociales y culturales en un contexto histórico. Los conocimientos y modos de actuación que las personas adquieren se van sedimentando con los años y constituyen, a la larga, su cultura. Entre los conocimientos adquiridos, que se convierten en saberes esenciales, están los lingüísticos. Poseer cultura lingüística implica dominar la lengua para poder comunicarse en diferentes contextos y en diferentes estilos funcionales (coloquial, profesional, literario, etc.), con ajuste a las normas establecidas”. (Roméu, A. 2013, pag.40)

Al asumir los postulados del enfoque cognitivo, comunicativo y sociocultural de la lengua y la literatura y la naturaleza interdisciplinaria del discurso (Roméu, A. 2007) se suscriben los criterios de Mañalich acerca de los nodos cognitivos y axiológicos de la didáctica de las humanidades, (Mañalich, R. 2005): la comunicación imaginal se expresa en las diversas tipologías textuales, para ello es clave definir la categoría texto, su diversidad y características, además que esa comunicación se concreta en un cuadro del mundo muy específico, dadas las particularidades de cada uno de los programas, así como el tratamiento a diversas personalidades de la cultura.

Adquiere especial connotación en esta investigación la palabra, porque ella sintetiza todo el discurso, sustituye a las imágenes, viaja a través del éter, de gran valor porque al decir de Pogolotti, G.: “... Acompañada de la voz, la palabra transmite nociones y con su tesitura modela sensibilidades” (Pogolotti, G. 2017, pág. 3)

Las atenciones sistemáticas de la dirección del Estado y el gobierno cubano al desarrollo de las nuevas generaciones es razón para articular las alianzas de todos los actores de la sociedad cubana, a favor de la formación humanista en los diferentes subsistemas de educación. En correspondencia en el contexto de la presente investigación se reconoce que constituye un tema de análisis permanente

en los congresos de la Unión Nacional de Escritores y Artistas de Cuba (UNEAC), cuánto se puede hacer desde los medios de comunicación por contribuir a la cultura general integral en la población.

Se comparte las aseveraciones de diferentes investigadores e intelectuales respecto a que, la comunicación constituye un arma estratégica en aras de modificar conductas, transformar ideologías e incidir en el comportamiento social del ser humano. Específicamente los medios de comunicación masiva desempeñan un rol fundamental en la sociedad. Surgen por la necesidad de ampliar el horizonte cognoscitivo y lograr fomentar la cultura general integral del individuo, razón esta por la que se reconocen como vía por la cual la población se mantiene informada y se recrea.

Los medios de comunicación, entre los cuales se incluyen el cine, la televisión, la telefonía móvil, internet, la prensa y la radio; influyen de manera significativa en la educación y formación de niños, adolescentes y jóvenes; al emitir información, conocimiento y mensajes que influyen directamente en el contexto donde se desarrolle el individuo.

Desde la radio se desarrollan procesos educativos que tienen lugar en el transcurso de las relaciones sociales, la vida cotidiana, y en las personas, que adquieren y acumulan conocimientos, habilidades, actitudes y modos de discernimiento.

Tener en cuenta que en la sociedad contemporánea entre los medios de comunicación la población muestra preferencia por aquellos que aportan la mayor cantidad de información por medio de la imagen visual acompañada del sonido, se impone motivar a que se emplee, ante tal fin, aquellos medios en los que se potencie activar el sentido del oído y la palabra hablada, porque promueven una serie de actitudes que no se consiguen solamente con el medio visual ni con el escrito.

De ahí la pertinencia en abordar en una investigación las condiciones favorables de los programas radiales para el desarrollo de la audiencia juvenil. Resulta imprescindible estar al tanto respecto a conocer quiénes escuchan radio y quiénes no. Es preciso saber, si los códigos que se construyen con los mensajes desde su

estructura textual y el sonido acompañante, cumplen la función educativa y logran ser decodificados por la audiencia.

Se comparte la idea de (Ojalvo; 1999, p. 141) que una buena escucha implica la capacidad de sentir, de percibir sensorialmente lo que transmite otra persona, la capacidad de interpretar, de comprender el mensaje captado, este aspecto exige tomar conciencia de las posibilidades de tergiversación de los mensajes, tratar de diferenciar los hechos de las suposiciones y las opiniones así como, de decidir la importancia o validez de lo que se escucha.

De ahí que es importante en el objeto de investigación, poseer la voluntad de hacer que la escucha sea parte activa del proceso de la comunicación, interesarse por el tema del que se habla, desarrollar la capacidad para poder entender el contenido del mensaje, poner empeño en atender, evitar distracciones. Mantener abierta y flexible la mente son actitudes que, según autores, ayudan a escuchar mejor.

La audiencia se construye por el discurso social para designar el público que interactúa con un medio de comunicación, sus tipologías dependen de ciertas variables tanto sociológicas como psicológicas del individuo "participativo" tales como: la edad, el sexo, el nivel socioeconómico, los hábitos individuales, los horarios, las aficiones, los signos de identidad, y el rol social.

Según María E. Giraldo, (2014), la audiencia está constituida por los sujetos activos, convocados a utilizar su intelecto para descifrar las partes del mensaje, construir una imagen de todo el mensaje y forjarse una idea más precisa del contenido con participación y comprensión en la comunicación. En relación con este criterio Velásquez, M (2005) homologa, a la audiencia con el público y plantea que el público crítico tendrá la capacidad de vetar la tele basura, la radio basura y la prensa basura. Esta autora considera que el oyente que asume una actitud crítica se encarga por sí mismo de desechar todo mensaje cuyo contenido y comprensión no le sea útil, no le eduque, o no le comunique.

La audiencia y los públicos se cultivan mediante la variedad de los mensajes, la información que reciben de los medios masivos de comunicación y sus efectos directos en la sociedad.

El autor de la investigación, también es del criterio que, en la formación de la audiencia, en sentido general, influye el discurso social de los medios de comunicación, específicamente la radio en el caso que ocupa, pues contribuyen al crecimiento de las personas y de la sociedad, en los procesos de entendimiento, comprensión y convivencia social. La influencia del contexto social, los factores sociológicos y psicológicos del individuo permiten que la audiencia interactúe de forma activa y crítica ante la información que recibe.

Se asume que la audiencia radial la constituyen un grupo de personas que desde la escucha de un programa radial presencian, un acontecimiento, suceso o evento, utilizando sus sentidos para interactuar con la información que reciben y decodifican mensajes. Es considerada como receptores de información que muestran intereses y necesidades similares de determinados temas e información.

Resulta necesario, dado el objetivo de la investigación precisar los tipos de audiencia:

- Audiencia potencial: forma parte de esta todo individuo que sea susceptible de escuchar un programa radial o de cualquier otro tipo de medio de comunicación.
- Nicho de audiencia: es una parte de la audiencia potencial que según ciertos precedentes puede aventurarse y que se puede convertir en audiencia real.
- Audiencia real: es el número de personas que siguen un programa radial.
- Índice de audiencia: Es el porcentaje de la audiencia real respecto a la audiencia potencial que podría tener un programa.
- Target: Se corresponde con la audiencia tipo de un programa o por el perfil del espectador buscado por este.

El autor de este trabajo considera importante destacar otros elementos que se interrelacionan con el objeto de la investigación como:

- Índice de audiencia: cantidad de personas que se exponen a la programación radial representada en porcentajes.
- Índice de audiencia media: promedio anual de las personas que se exponen a los programas expresados en porcentajes.

- Intervalo de audiencia: valores entre los que oscilan los índices de audiencia registrado por los programas expresados en porcentos.
- Índice de aceptación: es el resultado de relacionar la audiencia obtenida por un programa con el índice de gusto calculado para el mismo. Permite dar un orden a la programación transmitida de acuerdo con el nivel de audiencia alcanzado y el nivel de agrado con que haya sido recibido por los consumidores.
- Índice de gusto: Evaluación que se le otorga a los sujetos para conocer el gusto de los programas
- Audiencia potencial: Cantidad de personas que se encuentran en la cobertura alcance de la señal de radio expresada en porcentos.
- Aprovechamiento del auditorio potencial: Relación entre los índices y audiencia media de audiencia registrada por los programas radiales y el auditorio potencial existente en los horarios de trasmisión.
- Índice de fidelidad: Porcentaje de personas que permanecen escuchando el programa radial, sobre el número total de personas que lo han desconectado. Al tener en cuenta los tipos de audiencia se hace alusión a su desarrollo a partir de los diferentes medios de comunicación, donde se reconoce no solo el simple acto de transmitir, sino el proceso de construcción de sentido. Su finalidad solo se logra mediante procesos cognoscitivos y afectivos que producen significativos mensajes que se recopilan.

A esta interpretación de la comunicación se denomina modelos centrados en el proceso de significación. Se reconoce que las personas son consideradas, los actores que participan en el proceso de construcción de sentidos. Es sumamente importante, el papel de los medios de comunicación en este proceso.

Especialistas del Centro de Investigaciones Sociales del Instituto cubano de la Radio y la Televisión (ICRT) son del criterio de que para el estudio de la audiencia se utilizan diversas líneas de investigación, las que desde perspectivas metodológicas permiten desentrañar la relación entre los diferentes públicos y los medios de comunicación. (Proyecto de manual metodológico., 2008, pág. 71)

Con las técnicas cualitativas se plantean estudios acerca de la dinámica del deseo de los consumidores, determinada a través de la comunicación, es decir que el sujeto al hablar-actuar recrea la realidad sobre el estado de opinión de la programación radial. Esta perspectiva busca analizar las motivaciones y actitudes de los individuos, profundizar en los contenidos, comprender, reflexionar sobre los espacios radiales. Además, ofrece una visión profunda sobre cómo perciben los diferentes sujetos la programación en general y los programas en particular.

En el análisis de audiencia influye el contexto económico, político y social de esta. Es imprescindible tener la caracterización socio demográfica de la población y conocer la manera en que las personas organizan sus vidas y cómo esta se relaciona con los medios de comunicación, es decir el tiempo social y su relación con la programación radial. Los hábitos de vida de los individuos varían considerablemente atendiendo al día de la semana. Otro aspecto a considerar es la valoración psicológica de la audiencia que se analiza, dirigirse a la audiencia mediante los programas radiales, teniendo en cuenta las edades, es una tarea muy difícil, porque existe diferencia de los gustos, preferencias e intereses de la audiencia en correspondencia con la edad. Para hacer llegar a las audiencias productos con un alto grado para el consumo se necesita, además de la buena voluntad, conocer con detalle el canal que difunde los mensajes, el acercamiento a la radio local para descubrir sus tendencias de futuro y el modo en el que se conecta con el público.

Según Manuel Pérez. “los oyentes de edades avanzadas en su mayoría son pasivos, poco móviles, ellos buscan tranquilidad, relajamiento, nada de agitaciones, escépticos hacia cosas novedosas y fuera de lo común, en algunos casos no les gustan los cambios. En el caso de los jóvenes, estos en su mayoría son activos, móviles, buscan sensaciones de algo novedoso. Son abiertos hacia lo nuevo, adoran los cambios, pero son difíciles de retener” (Pérez, Manuel. 2015).

El autor de la presente investigación define a la audiencia juvenil como: el conjunto de oyentes de un programa de radio, comprendidos en el grupo etario determinado. Son los receptores heterogéneos que en cualquier circunstancia manifiestan una

habilidad crítica en las metas que persiguen en el proceso de obtención de los mensajes e información de la radio como medio de comunicación masiva.

## **1.2. La radio y los programas socioeducativos**

A decir de Abel Prieto Jiménez, exministro de cultura de Cuba “la radio cubana, en sentido general, se mantiene como uno de los medios de comunicación de mayor penetración y alcance para el pueblo” (Prieto A. 2003, pág. 61). Se aprecia como una herramienta que facilita una actitud generadora de conocimientos, que permite el desarrollo cognoscitivo ayuda en la construcción de nuevos procesos de enseñanzaaprendizaje, si se asume, lo que es de una claridad evidente, el hecho de que la educación actual no se basa solamente en saber, leer y escribir correctamente, saber cálculo matemático, química, historia, idiomas, y otros, sino que pasa por la influencia de la comunicación mediática que influye en todo el proceso formativo del joven en tanto que lo hacen en la vida.

La razón por la cual la radio sirve para educar, informar, formar y enseñar está dada por sus características; por sus ventajas y desventajas como medio de comunicación masiva.

Martínez, M. (2014) traza los lineamientos y las características del lenguaje radial lo cual se relaciona a continuación.

- **Inmediatez:** Esta característica hace de la radio un medio ideal para transmitir a los oyentes de manera inmediata, cuando ocurre un suceso, esa es la gran diferencia con otros medios de comunicación al permitir que la audiencia tenga un claro panorama actual, veraz, y conciso.
- **Actualidad:** Por esa rapidez, la radio siempre está cubriendo el quehacer de una sociedad, mientras que otros medios (la televisión y prensa escrita) la escuchan o monitorean para saber qué está aconteciendo en una sociedad, es así como la radio como medio electrónico se decodifica en presente, así su actualidad se refuerza en esa particularidad que tiene el medio radiofónico
- **Credibilidad.** Otro factor de gran incidencia entre la producción radiofónica, debido a la inserción de los actores de las noticias, lo que se dice por radio se cree; lo que más credibilidad genera en radio es la posibilidad de insertar

voces de los protagonistas de los hechos, dado al impacto y emotividad que tiene la voz humana.

- **Emotividad, Intimidad y Expresividad:** La forma más natural de comunicación de los seres humanos es el habla, de manera que al escuchar un mensaje oral con palabras claras y bien escogidas, con un tono de conversación adecuado, se crea una empatía y una identificación que no se da con la palabra escrita. Quiere decir esto que el lenguaje hablado persuade, genera reacciones y emociones en el oyente, al tiempo que se crea una atmósfera de intimidad entre el emisor y el receptor con una buena dicción y naturalidad,
- **Ubicuidad:** Capacidad que tiene la radio de escucharse en múltiples lugares, como en el campo, en la casa, en el trabajo, en la escuela, en la ciudad, en el automóvil
- **Cotidianidad:** Otro atributo propio de la radio es que mientras se escucha, el oyente puede realizar otras actividades simultáneamente, A través de esa compatibilidad del mensaje con una gran diversidad de tareas ejecutadas por el receptor, obliga al profesional de radio a emitir su mensaje de la manera más sencilla y concisa posible,
- **Transportabilidad:** Esta característica no surge en un comienzo cuando fue creada como medio electrónico y la radio estaba presa en sus casas; después con el desarrollo de la era industrial y la posterior invención de los transistores, en 1948, los aparatos receptores de radio se encuentran en todas partes,
- **Fugacidad y uní-sensorialidad:** La fugacidad significa que el mensaje de radio es efímero, no permanece en el tiempo, como el impreso, solo se escucha una vez, y no está inscrito en un espacio determinado, esta característica es una de las mayores desventajas de la radio, pues define a las emisiones radiofónicas como instantáneas e irreversibles.
- **Flexibilidad y Versatilidad:** La flexibilidad y la versatilidad aluden a la variedad de formas de presentación del mensaje radiofónico, a los diversos horarios y

a los múltiples lugares de escucha. En cuanto a la presentación o formato del mensaje de radio y solo para mencionar algunos, existen: la adaptación literaria de novelas, de caricaturas, de obras de teatro (radio-teatro), leyendas y anécdotas, el documental con su enorme variedad de tipos y objetivos; la radio y la revista de entretenimiento, educativa, informativa, musical; la cuña comercial y sus diversas clases. Además, la radio es un acompañante didáctico, que mientras informa, instruye, crea dinámicas que se convierten en pautas de comportamiento, incentivan a pensar de una forma, que es estructurada por el lenguaje radiofónico, en esa medida se convierte en el guiador de la vida diaria de los sujetos una de las características principales que posee la radiodifusión es que, como medio de comunicación, posibilita que el receptor pueda crear imágenes mentales de lo que se le transmite en el mensaje.

La radio adquiere una concepción eminentemente informativa, sobre todo, si transmite los hechos en directo. Pero la radio no solo difunde con mayor rapidez los acontecimientos casi al momento de ocurridos, también puede aumentar la comprensión del receptor u oyente a través de la explicación y el análisis que conllevan a una indagación más profunda del tema.

La radio es un medio de comunicación en el que interviene solamente un tipo de lenguaje, el sonoro y un solo sentido, el oído, a través del cual se perciben los mensajes emitidos, y el oyente tiene mayores limitaciones que en otros medios donde la comprensión es más fácil, bien sea porque se acompañan de imágenes complementarias o porque las informaciones quedan impresas en papel, resultando más fácil la decodificación. De ahí surge una particularidad con el lenguaje radial, en el sentido de que surgen las multi-interpretaciones por parte del receptor o interlocutor, convirtiéndose el mensaje en signifiante en el proceso comunicativo radial.

Se añade que el lenguaje radial tiene una función sintáctico gramatical: cuando la música es utilizada para organizar los contenidos del programa; función programática: que resulta de la consideración de la música como contenido, y la

función descriptiva: que entiende a la música como parte de la narración radiofónica y su participación puede articularse en torno al eje diagético o extradiagético.

Al respecto Marta Martínez plantea (Martínez, M. 2011, pág. 12) “Cada sonido de la palabra es el resultado de tres procesos: una vibración, una fuente de energía y una resonancia, además existe una interrelación significativa entre las dimensiones que definen acústicamente el sonido de la palabra: el timbre, el tono, y la intensidad”.

GarcíaCanclini, N. (2016, pág.8) define la radio educativa como el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece. Lo anterior se vincula con una marcada orientación hacia el crecimiento espiritual y realización plenas del hombre.

En su vínculo con la formación humanista se toma en cuenta el criterio de Mendoza Portales, L. (2005) quien plantea que en toda acción relacionada con la cultura humanista se evidencia el estímulo a las potencialidades creativas y capacidad de transformación revolucionaria de la realidad. Dada la experiencia del autor de la investigación se asume este fundamento en relación con la función de los programas socioeducativos.

Al abordar este aspecto se comprende la idea de que “...cuando se habla de cultura general integral se quiere que el médico sepa de medicina, que el ingeniero sepa de ingeniería; pero que también tengan conocimientos generales de filosofía, política, historia, arte y economía mundial; o sea se trata de que el aprendizaje sea todos los días y hasta el último día.” Tener en cuenta este planteamiento de Fidel Castro (Castro Ruz, F. 2013pág.355) reafirma una concepción adecuada de los programas radiales socioeducativos que incide favorablemente en una mayor identificación por parte de la audiencia al seleccionar los programas de su preferencia y las características propias de cada uno.

El destinatario, persona a la que se hace énfasis dentro de un espacio, al cual está dirigido permite una mayor identificación de la audiencia a la hora de seleccionar los programas de su preferencia y las características propias de cada uno.

Por tal razón se hace referencia a los programas socioeducativos, los cuales “representan aquellas emisiones con una determinada estructura o formato que se

dirigen especialmente a la juventud, ofrecen informaciones que resulten de interés para la audición”. (Martí, J. y otros. 2010, pág. 66.) Puede incluir secciones y emplear dramatizaciones teniendo en cuenta la idea central del programa.

El autor asume los criterios de Kaplún, M. (2015) quien identifica a los programas socioeducativos como la vía de la transmisión de valores, la promoción humana, el desarrollo integral del hombre y de la comunidad; elevación del nivel de conciencia y estimulación de la reflexión para convertir a cada persona en agente activo de la transformación de su medio natural, económico y social.

Ante cada información que se transmite por el emisor, este recibirá una nueva información como respuesta a la suya, en un proceso de intercambio de roles entre el emisor (fuente de la información) y el receptor (quien la recibe), se establece así el verdadero intercambio comunicativo. En el tratamiento del tema sobre la programación educativa, cuyo fin es la comunicación del medio con el oyente, en la radio cubana es necesario tener en cuenta la definición conceptual de educar.

Educar, según el diccionario etimológico (Larousse), significa enseñar, adoctrinar, dirigir, desarrollar las facultades intelectuales y morales y dirigir la inclinación del niño, desarrollar las fuerzas físicas, perfeccionar los sentidos, enseñar urbanidad y cortesía.

Educar en un sentido amplio incluye aspectos relacionados a lo instructivo, lo didáctico, lo ético, que inciden en la formación integral de cada persona y por extensión en la sociedad, constituyendo un elemento de interés fundamental para su desarrollo y esencialmente en su cultura (Pogolotti, G. 1984. pág. 12) por lo que es vital prestarle una atención priorizada.

La historia de las emisoras radiales de Cuba, reconoce la existencia de programas con marcada intencionalidad educativa. Ejemplo de ello lo constituyen espacios como “La escuela de ciencia popular y buen humor”, “La bolsa del saber”, “Hora cubana de cultura popular”, “El jurado del pueblo”, y “La universidad del aire”.

En particular el programa radial “La escuela de ciencia popular y buen humor” fue, hasta 1939 cuando dejó de transmitirse, uno de los programas radiales de más popularidad, cuyas características culturales marcaron el primer paso en este tipo

de espectáculo. En este programa, la intervención de Justo Méndez Zubizarreta, maestro de escuela, llamado “El preguntón” su labor en el mismo, fue decisiva ya que era el único personaje de la emisión. Este hacía llegar al oyente, primero la pregunta y después la respuesta indicada. Las preguntas eran de tipo general, algunas muy sencillas, otras difíciles de contestar; porque implicaban una labor de búsqueda para el oyente, que no siempre tenía el tiempo ni la fuente para hallar la respuesta, pero que en definitiva le hacía pensar. El programa estaba dirigido a todo tipo de oyente y el material se escogía con ese fin.

Después de desaparecida “La escuela de ciencia popular y buen humor”, se transmite “La bolsa del saber”. Este último de tipo cultural salió al aire el 9 de enero de 1940, en forma experimental en los estudios de CMQ, y después fue trasladado para la emisora Radio Habana Cuba (RHC). El radioyente hacía preguntas sobre conocimientos generales. Esas preguntas se sometían a un panel que debía contestarlas. A los dos años de estar en el aire el programa, previa selección de preguntas y respuestas, Luis

Aragón y José Zacarías Tallet, publicaron un libro al que llamaron “Enciclopedia popular en miniatura”, del cual se imprimieron diez mil ejemplares.

En enero de 1936, surgió la “Hora cubana de cultura popular” que salió al aire por la emisora CMCY de Autrán en los 1030 kilociclos del dial. Por sus micrófonos desfilaron prestigiosos intelectuales entre los que se citan: Juan Marinello, Carlos Rafael Rodríguez, Salvador García Agüero, Manuel Bisbé, Fernando Ortiz, Nicolás Guillén, Luis Felipe Rodríguez, Luis Gómez Wangüemert, Emilio Roig de Leuchsenring, Elías Entralgo, Vicentina Antuña, Camila Henríquez Ureña, Ángel Augier, Jorge Rigor, Regino Pedroso, Emilio Ballagas, y otros muchos.

Otro programa con intencionalidad educativa fue “El jurado del pueblo” (1940) que tenía como característica la exposición de un hecho con sus pros y sus contras. La participación del público presente y del oyente, que enviaba los problemas y terciaba en la discusión, dándole un sentido popular que ayudaba a que el programa se escuchara.

“La universidad del aire” (1932) era un programa para la difusión de la cultura por medio de la radio. En este se ofrecían temas históricos, sociológicos, literarios. Por el desfilaron varias personalidades entre las que se pueden mencionar a: Fernando Ortiz, Carlos Rafael Rodríguez, Salvador Massip, Vicentina Antuña, Juan Luís Martín, Manuel Bisbé.

Es evidente que los referidos programas enseñaban; ofrecían conocimientos, que contribuían al aprendizaje, lo cual demuestra de una u otra forma la presencia de elementos educativos en los mismos.

A partir del triunfo de la Revolución en el año 1959, en correspondencia con el gran interés de su proyecto social, se le presta mayor atención a temáticas de educación y la cultura, dinamizadores importantes del progreso social. Desde ese momento histórico la programación educativa se fortalece de manera significativa cuantitativa y cualitativamente (Monal, I. 2001.pág. 544)

La integralidad de la programación radiofónica, con espacios especializados (programas o secciones) y en el contenido de gran número de programas, donde el criterio selectivo de las propuestas y su tratamiento temático permiten al oyente conocer acerca de disímiles aspectos, determinan un aprendizaje, que enriquece sus conocimientos, interactuando tanto en el nivel de emisora como en el marco de la radio como sistema.

### **1.2.1. Identidad cultural en los programas socioeducativos de la radio cubana.**

Para hacer una valoración objetiva de la programación educativa en la radio cubana es preciso concebirla a partir de la proyección lo educativo, como función, y lo educativo como intencionalidad.

- Lo educativo como función: Se refiere a aquellos programas cuya función principal o fundamental es la educativa.
- Lo educativo como intencionalidad: Abarca un universo que incluye lo anterior, pero que le trasciende ampliamente.

La radio cubana al incluir la educación en el contexto de sus mensajes, parte de un concepto integrador, donde se propone que la misma esté presente integralmente, en tanto constituye elemento enriquecedor de la personalidad del ser humano, y por extensión de la sociedad ya que es efectivo complemento de la escuela y la familia. La radio nacional, en tanto medio de comunicación masiva, se propone satisfacer múltiples intereses de diversos destinatarios a través de diferentes temas y formas, para lo cual tiene asignada seis funciones: la recreativa, la divulgativa, la informativa, la cultural, la orientación y la educativa.

Las funciones de los programas radiales están constituidas por los elementos formales y de contenido para alcanzar objetivos determinados. Un programa puede cumplir varias funciones, pero una de ellas debe ser la que prime, por tanto, la función principal de cada espacio estará dada por el objetivo principal. Un gran número de programas habituales, fundamentalmente de función cultural y de orientación, evidencian la presencia de la función educativa tanto en programas de música especializada, como en revistas musicales y espacios de crítica cultural, cuyo propósito esencial es ampliar el universo cultural del oyente y contribuir a la educación, el conocimiento y el gusto estético.

El autor de la presente tesis comparte la concepción de integralidad acerca de lo educativo y su esencia, con criterios planteados por Gallego Arrufat y Martínez Serrano (2015) referido a “Las aplicaciones didácticas de los medios sonoros. La Radio” donde ambos señalan que el medio audio, entre el que se encuentra la radio:

- Constituye una buena manera de proporcionar experiencias de aprendizaje a grandes grupos y también resulta adecuado para el trabajo individual de los estudiantes.
- Puede contribuir a mejorar la dicción, porque permite escuchar voces con una buena vocalización y timbre, además de que facilita la adquisición de vocabulario y la mejora de la praxis conversacional.
- Propicia la motivación de los estudiantes hacia los valores artísticos de la música por la facilidad de acceso a todo tipo de materiales musicales y por proporcionar documentación sonora diversa (folklore y otros)

- Permite una integración curricular interesante a través de la realización de múltiples actividades como: fomentar la expresión oral, pronunciación correcta, adecuación del tono.
- Con respecto a la educación musical, favorece la selección, la audición y el debate sobre contenidos musicales.
- A partir de tener grabados, los sonidos, las canciones y los textos facilita su aprovechamiento para la realización de actividades diversas.

A partir de lo planteado con anterioridad, en el contexto de la presente investigación se enfatiza en reconocer que la función educativa se centra en todo lo que contribuye al desarrollo de la capacidad intelectual del hombre, en el contexto de las necesidades de instrucción que demanda la sociedad, a la vez que trabaja en el aspecto gnoseológico de los problemas para lo que se debe apoyar en métodos didácticos y pedagógicos.

En la programación radial, los espacios educativos tratan de manera sistemática diversos temas relacionados con el uso correcto del idioma, la ortografía, la apreciación musical, la ciencia y la tecnología, la economía, la legalidad, el medio ambiente, el ideario martiano, la literatura y la historia (Hudec. Pág.26); con intencionalidad hacia públicos y destinatarios diferentes (general, infantil, adolescentes y jóvenes) se incluyen programas didácticos, de participación, musicales, charlas expositivas, de variedades, dramatizados, radio consultorios, monotemáticos y de temas varios, por ejemplo, el dedicado al proyecto VALCUBA. Surgido hace varios años, consiste en investigaciones de especialistas de la Academia de Ciencias de Cuba, y la creación de un Diccionario Ortográfico. Ese proyecto merece ser destacado en este contexto porque fue implementado en la radio, y entre los aspectos más significativos incluye la realización de competencias. Es comunitario, pues se extiende a barrios y poblados diversos.

Entre los programas sobre el uso correcto del idioma se puede mencionar “Si de Hablar se Trata” de la emisora Radio Cadena Agramonte, Camagüey, que se transmite hace casi veinte años. El interés hacia el uso correcto del idioma por parte de la radiodifusión va más allá de lo nacional para constituirse en elemento garante

esencial de nuestra identidad latinoamericana, como es sin dudas el idioma español, ello se materializa en la emisora internacional “Radio Habana Cuba” en el programa habitual. “El idioma de Cervantes”.

La función educativa de la radio abarca la utilización del medio en actividades relacionadas con la docencia, para extender el conocimiento sobre materias o asignaturas específicas. Los ejemplos más fehacientes son las clases de idioma ruso por radio en los años setenta y principio de los ochenta, las clases de educación musical y danzaria para los escolares de la educación primaria y el programa

“Destacada artista” con la profesora Cuca Rivero.

Actualmente se evidencia en el sistema radial una experiencia notable en el desarrollo de la programación educativa, que se perfecciona en correspondencia con los esfuerzos del Estado y Gobierno Cubano. Además de los programas educacionales, la emisora internacional “Radio Habana Cuba”, posee un programa didáctico para enseñar español en zonas de habla inglesa y la experiencia cubana aplicada con éxito, por ejemplo en Haití, sobre la alfabetización por radio. (Bernal Treviño, A. 2009)

Los mencionados programas que cumplen con una importante función social al satisfacer diversidad de intereses, se caracterizan por la permanente vinculación de especialistas, que contribuyen a la calidad de sus contenidos, y la selección temática, lo que garantiza una mayor credibilidad que, unida a la realización técnico-artística, hace propuestas de calidad integral donde se conjugan armónicamente contenido y forma.

El autor de la investigación coincide con el criterio de que la radio educa porque al transmitir información y comunicar significados participa del proceso sociocultural de desarrollo, de gran parte de la población. Es importante, tanto en el marco escolar como extraescolar, que se estimule el desarrollo de una actitud que posibilite la recepción reflexiva y autónoma del mensaje emitido por los multimedia.

El análisis de las características de la radio, la forma como se construye y el tratamiento de la información, permiten desarrollar herramientas conceptuales para

la buena escucha reflexiva. Se comparte el criterio de Alfonso Ortiz cuando señala que “Para desarrollar un efectivo proceso de comunicación se requiere un grado de información adecuado, no solo de los temas específicos a tratar, sino también, del grupo de personas con la que se va a establecer la comunicación, de la cultura en general, de temas afines que posibiliten ampliar el universo del saber, de ello depende la forma de lenguaje a utilizar y de cómo estructurar las ideas para que la contraparte no solo comprenda, sino que el proceso como tal sirva para lograr el objetivo deseado” (Ortiz, A, 2019, pág.19).

Del estudio realizado se reafirma que la función socioeducativa, es aquella que contribuye al desarrollo de la capacidad intelectual del hombre, en el contexto de las necesidades de instrucción que demanda la sociedad, a la vez que trabaja en el aspecto gnoseológico de los problemas.

Al respecto, Mañalich, R. es partidaria de la existencia de nexos entre tan importantes procesos como son la educación, la cultura y la enseñanza(Mañalich Suárez, R.2002 págs. 2)La elaboración del mensaje radial se desarrolla dentro del amplio margen dado por las posibilidades y los límites del medio, tecnologías, contenidos, objetivos, lenguajes, teoría de la enseñanza y del aprendizaje, teoría de la comunicación y de la literatura, colaboran en distintos niveles en la construcción de la propuesta educativa radial, enmarcando y encauzando la producción de emisores y receptores.

La radio facilita una comprensión más profunda y abarcadora y estimula una actitud crecientemente crítica. El texto radial educativo que llega al oyente es el resultado de la implementación de variadas técnicas de creación y realización.

Diferentes aspectos que componen la propuesta radial educativa adquieren características específicas: el discurso radial prefiere secuencias cortas y ordenadas, oraciones directas, evitar la voz pasiva, toma términos y giros del lenguaje cotidiano que posibiliten y faciliten la comprensión del mensaje que se desea transmitir.

La característica del medio impone sus límites y posibilidades. Su conocimiento permite desarrollar estrategias adecuadas para prevenir su mal uso y desplegar las

posibilidades en aras de una educación integral para la autonomía y el crecimiento del individuo.

El tratamiento racional de los temas, el análisis de la realidad; la correcta presentación de los contenidos, permiten una mayor y mejor comprensión del mundo en el que se está inserto donde, favorecen la reflexión y contribuyen al respeto por el oyente para que forme su referencia por las propuestas de la programación radial.

El autor de la investigación considera que, al estimular la construcción individual del conocimiento, la propuesta radial educativa promueve la formación, superación y/o transformación del receptor de acuerdo con las necesidades e intereses de diversa índole y en consonancia con el contexto social.

En los programas educativos y secciones de temas históricos, científicos tecnológicos, medioambientales, sobre la legalidad, en la adaptación de obras de literatura cubana, latinoamericana y universal, está presente la educación y el aporte de nuevos conocimientos.

El investigador coincide con el criterio de Ribes, X referente a que “la función de la orientación socioeducativa de los programas dirigidos a la juventud, significa asumir que en su concepción deben tenerse en cuenta, las características sociales, psicológicas e interpersonales del grupo etéreo a quien se dirige para garantizar el tratamiento de temáticas de interés y utilidad y el tipo de programa.” (Ribes, X. 2009. Pág. 139)

Entre los tipos de programas radiales se reconocen los escenificados o dramatizados, informativos, variados y, los musicales. Al tener en cuenta el público al que está dirigido estos adquirirán características específicas.

En el caso que ocupa, en que los consumidores son los jóvenes los ha de distinguir sobre todo,”... su dinamismo y el vocabulario que se emplee, la utilización de la dimensión imaginativa de forma explícita, se ha de brindar permanentemente al oyente los elementos que le permitan reconocer y reconocerse a sí mismo dentro del contexto real en que se está dando la comunicación”(Albarran, Alan Y Otros.2007. pág. 92)

Las necesidades y sus variadas formas de acercamiento a los contenidos, el propósito de estimular y facilitar la comprensión, la reelaboración y la recreación de la cultura acumulada en un aprendizaje para la apropiación y el incremento de la capacidad de resignificación y creación autónomas en un contexto solidario de acción participativa, son requerimientos en la concepción de la programación (Manual de Control de la Calidad, 2004. Pág. 12)

En aras de profundizar en lo planteado con anterioridad, se precisan elementos relacionados con cada tipo de programa.

Los programas radiales escenificados o dramatizados: son aquellos programas que, de manera escenificada, original o adaptada para la radio, narran mediante personajes un tipo de programa radial un conflicto, recreando ambientes y escenarios sonoros, donde se emplean todos los elementos que componen el sonido del mundo radiofónico, que recrean hechos reales o de ficción.

Es indispensable poseer un buen guion, realizar una adaptación que resulte interesante, por lo que la selección de la obra es muy cuidadosa, donde se recreen ambientes y escenarios sonoros teniendo en cuenta la época en que se escribió.

La música se ubica en función de las dramatizaciones, es importante mantener el ritmo de la escena con una sonoridad agradable al joven cubano. La construcción de los personajes tiene que ser rica en matices, creatividad, educadora y sugerente, utilizando un vocabulario adecuado. Por lo que un cuento bien realizado es didáctico e instructivo.

Los programas radiales informativos ofrecen de manera explicativa todo tipo de hechos, acontecimientos, teorías y previsiones de la sociedad, la naturaleza y las ideas mediante la comunicación de mensajes de carácter periodístico.

Es significativo lograr buenas transiciones (spot) en cuanto la estructura de participación de corresponsales, la variedad de voces y el ritmo adecuado para la exposición manteniendo la fluidez de los locutores.

La estructura o el diseño de guion se indica que sea apropiado a partir del género y el contenido. La presentación del programa es importante que sea atractiva y

preferentemente cubana. Los locutores mantendrán un timbre radiofónico, por lo que si hay que prevenir qué voz se va a utilizar.

La música de fondo de las informaciones presenta un volumen bajo. Es importante conservar los requisitos del reportaje la opinión personal, la entrevista del testimoniante, el apoyo musical manteniendo una factura relevante.

Los programas radiales variados: son aquellos en los que es importante la existencia de forma armoniosa de elementos formales y de contenido variados. Contribuyen a ampliar el conocimiento de las personas a través del entretenimiento, la reflexión, la diversión y el disfrute. Puede presentar varias secciones con propaganda directa, carteleras, instituciones, efemérides, concursos, eventos, promociones, así como difundir los valores del país.

Los programas radiales de música: son aquellos cuyo contenido fundamental es la música, no solo la difusión de obras, sino todo tipo de información sobre ellas, que incluye tanto la formación y la orientación como el disfrute y el entretenimiento. Incluye piezas de valor universal y foráneo, tanto clásica como popular, sin distinción de épocas (vocales, instrumentales o vocal-instrumental), interpretadas por jóvenes o adultos.

En resumen, los programas radiales socioeducativos están constituidos por los elementos formales y de contenido para alcanzar objetivos determinados que se especifican en que:

- Constituyen una buena manera de proporcionar experiencias de aprendizaje a grandes grupos y también resultan adecuados para el trabajo individual de los jóvenes estudiantes.
- Propician la motivación de los estudiantes hacia los valores artísticos de la música debido a la facilidad de acceso a todo tipo de materiales musicales y por proporcionar documentación sonora diversa (folklore,)
- Favorecen la selección, audición, conocimiento y/o debate sobre contenidos de significación personal, social, económica, política de carácter nacional, regional e internacional

- Estimulan la comparación de ideas y opiniones en programas informativos radiofónicos y el análisis crítico de los mismos.

### **1.3. Potencialidades de la juventud como audiencia de programas radiales socioeducativos.**

Ante el propósito de incentivar la audiencia de los jóvenes a programas radiales en sentido general y, socioeducativos en particular, resulta necesario valorar las características de la edad juvenil elegida para esta investigación, desde una aproximación a la situación social de su desarrollo.

En el contexto de la presente investigación se llama la atención en condiciones extremas las que se asocian a que, en esta etapa, el desarrollo del joven se manifiesta dentro de un conjunto de exigencias que condicionan la necesidad de lograr su futuro lugar en la sociedad. Aparece la inserción a múltiples grupos, incluso aquellos en donde su influencia se contradice.

Se presentan nuevos deberes y exigencias sociales, entre los más relevantes se encuentran la obtención del carnet de identidad, el derecho al voto, la incorporación a organizaciones sociales y políticas, el poder iniciar una vida laboral, la posibilidad de ser juzgados por las leyes que rigen en el país, así como de contraer y/o formalizar matrimonio. Al incrementarse las exigencias, se derivan de ello un mayor número de responsabilidades y también niveles de independencia.

Como condiciones internas se reconocen:

En el área cognoscitiva se identifica una etapa muy importante en el desarrollo intelectual.

Se desarrollan los tipos de atención, sobre todo se intensifica la atención voluntaria, produciéndose también un desarrollo considerable de las cualidades de la atención; aparece un joven capaz de concentrarse en lo que no provoca el interés directo, pero es importante.

Igualmente cambian con relativa facilidad, su atención de una actividad a otra, aumentando significativamente la capacidad de dirigir la conciencia hacia los

objetos necesarios, los cuales deben estar en relación con las particularidades del estudio o trabajo que realiza el joven.

La percepción es cada vez más orientada hacia lo esencial, impregnada por el desarrollo de la observación y la profundización del pensamiento teórico-reflexivo.

Se producen grandes avances en el desarrollo de la memoria voluntaria. Utilizan de forma consciente y con mayor frecuencia métodos especiales como son los que promueven la memoria racional con los recursos nemotécnicos.,

Se desarrollan intensamente los dos tipos de imaginación; la reconstructiva y la creadora, pero esta última en particular, se proyecta en la creación de imágenes dirigidas hacia el futuro y expresadas en una especie de sueños vinculados con grandes objetivos en la vida.

Se desarrolla un pensamiento individualizado, personalizado, vinculado con capacidades especiales. Hacen valoraciones críticas y emiten juicios según sus propios criterios.

Se presentan los análisis de la táctica a cumplir, para elevar así el nivel de independencia, individualiza el proceso, para dar la posibilidad de cierta especialización, por ejemplo, en posiciones de juego.

Aparece la elaboración consciente por parte del joven sobre principales contenidos de su motivación que se vinculan estrechamente al surgimiento de la concepción del mundo, alcanzando así un nuevo nivel cualitativo la unidad de lo cognitivo y afectivo en la personalidad.

La concepción del mundo se configura con elementos pertenecientes a todas las formas de la conciencia social (filosóficas, científicas, políticas, morales, estéticas, y religiosas). Las opiniones y convicciones filosóficas constituyen los cimientos de todo el sistema de la concepción del mundo. La filosofía interpreta teóricamente los datos conjuntos de la ciencia y la práctica y los expresa bajo el aspecto del cuadro más objetivo e históricamente determinado de la realidad. Todo hombre histórico que forma parte de una nación tiene una concepción del mundo, que tiene como supuesto general la realidad de la vida misma. La

filosofía de la vida es una concepción del mundo que concibe la vida como totalidad, como principio, a partir del cual, y en función de ella, trata de interpretar la realidad en su conjunto.

Toda concepción del mundo, contiene los siguientes elementos:

- Una idea o conocimiento del mundo.
- Una valoración de la vida
- Establecimiento de fines a la existencia humana.

La educación es aquella actividad cultural dirigida esencialmente a la formación personal de sujetos en desarrollo. Filosofar es pensar mejores valores e ideales, educar es realizarnos en la vida, en la personalidad humana. La filosofía es una disciplina teórica porque es un conocimiento especulativo de los aspectos de la educación, se cultiva con sentido de sistema y sirve de orientación general a la praxis educativa. En toda práctica educativa se halla implícita una filosofía de la educación. La filosofía de la educación es una disciplina teórica que estudia los fundamentos y causas primeras de la educación, sus categorías, sus valores.

Ojalvo, L.V. (1997), expresó con respecto a la importancia del valor responsabilidad en la formación profesional de la edad juvenil que, el cumplimiento por parte del estudiante de sus deberes en tiempo y con la calidad requerida, se expresa como una necesidad interna que él asume de forma consciente, que le despierta las vivencias de satisfacción,

El grado de mediatización de la conciencia está relacionado con la posibilidad del sujeto de argumentar con criterios propios el porqué de su actuación

El joven, al igual que el adolescente, con respecto a las relaciones interpersonales, intenta desprenderse de los cuidados excesivos de los padres que le resultan molestos, intenta reconstruir las relaciones sobre la base de la igualdad. Realmente estas relaciones van a depender de un conjunto de condiciones tales como: el ritmo y el carácter de los cambios sociales, la estructura de la familia, los modos de mantener la disciplina,

La primera juventud es el período más colectivo, lo importante es ser admitido por los iguales, sentirse necesario para el grupo y tener en él un determinado prestigio y autoridad. Los jóvenes presentan una alta tendencia hacia la

integración grupal, pues son tolerantes y hacen casi un culto a su interés por los demás, creando las bases de múltiples amistades.

La amistad, junto a la creciente significación de la vida en grupo, se intensifica, en esta edad existiendo la necesidad de una amistad íntima. Esta amistad juvenil es más estable y profunda que la que aparece en la adolescencia, pues sitúa en primer plano la intimidad, el bienestar emocional y la sinceridad.

Según Elisa Sánchez, M. "la primera juventud es el período del colectivo, lo más importante es ser admitido por los iguales, sentirse necesario para el grupo y tener en él un determinado prestigio y autoridad". Este criterio confirma lo que se ha sustentado en esta tesis." (Elisa Sánchez, M. 2013, pág. 20)

Hay quien se agrupa para lograr tener amigos o nuevos amigos; satisface así la necesidad de compañerismo, quien lo hace para procurarse relaciones sociales, comerciales, hay quienes tienen una inquietud por servir a la comunidad. Otros se asocian para desarrollar cierto tipo de actividades especiales y específicas, como las físico-recreativas. Los grupos se forman cuando los individuos comprendan que necesitan a los demás para obtener la satisfacción de sus deseos y necesidades, que no pueden obtener aisladamente.

En general se debe reflexionar, a partir de la sistematización teórica realizada sobre la edad juvenil, que estas características se asocian con las diferencias individuales, están condicionadas por la forma de manifestación de las premisas biológicas, psicológicas y sociales, así como con la historia de vida de cada sujeto; de la misma forma se reconoce que las fuentes de la diversidad están en la interrelación entre el plano externo y el interno, en relación con el contexto en que actúa el sujeto, en la actividad y la comunicación.

Todo ello conlleva que, al pretender intencionar una programación radial a la población joven se particularice en que resulta vital para lograr la eficacia del impacto mediático radial, diagnosticar las expectativas, intereses y necesidades que poseen los jóvenes, además de sus gustos y preferencias, en cuanto a la variedad de la programación radial y las temáticas particulares de interés.

Los jóvenes se han adaptado de forma muy rápida al entorno digital; aprovechan todas las posibilidades que les ofrece. Por otra parte, se reconoce que en el medio radial se impone la búsqueda de nuevas propuestas para motivar, atraer y educar a los jóvenes en este nuevo entorno. En esta línea de deseos y propuestas se debe mantener en las emisoras radiales la actualización del espectro de programación, incluyendo la foránea; el conocimiento y actualización del entorno; la información actualizada sobre los hábitos de vida de los públicos y los niveles de audiencia para conducir con científicidad los destinos de la programación.

En este orden de ideas se significa la importancia del tratamiento de temas importantes para el joven, la presentación del contenido en diferentes niveles, desde perspectivas distintas y modos diversos.

Es importante la vigencia y originalidad en cuanto al diseño sonoro al ofrecer de manera explicativa todo tipo de hechos y acontecimientos relacionados con los jóvenes. De esta manera se reconoce por el autor de la presente investigación, una de las intenciones de los programas radiales para los jóvenes que es la de, ofrecer una orientación estética a través de obras compuestas especialmente para ellos.

### **1.3.1. La programación socioeducativa de la emisora matancera “Radio 26” orientada a la audiencia juvenil.**

La programación de “Radio 26”, la emisora de radio de la provincial de Matanzas, muestra en su tradición un conjunto de programas que poseen carácter socioeducativo, cuyos objetivos se orientan a los intereses de la audiencia juvenil, tales como: **Espacio: Dial Joven**

- Función: Educativa
- Forma: Programa didáctico no musical
- Tema: Varios generales
- Destinatario: Adolescentes y jóvenes
- Objetivo principal

Contribuir a la solución de las problemáticas que presentan los jóvenes y a la formación de valores, patrones y hábitos de conducta adecuados a la sociedad socialista que se construye.

- Descripción del perfil

Espacio conducido por adolescentes que de manera conversacional y dialogada trata temas de interés que reflejan las necesidades, preocupaciones, gustos y preferencias de los jóvenes. Cuenta con un tema central que se ilustra apoyándose en escenificaciones; asiste una especialista (psicóloga) como invitada una vez a la semana (viernes); un periodista se encarga de recoger opiniones sobre el tema, en la calle. Difunde música popular cubana y extranjera, con un adecuado nivel de selección, siempre en apoyatura al tema. Utiliza los recursos técnicos artísticos del lenguaje radial en función del espacio, así como autopromociones. **Espacio: Tiempo A**

- Función: Educativa-Recreativa
- Forma: Programa musical variado
- Tema: Música Popular Cubana y Extranjera
- Destinatario: Juvenil
- Objetivo principal

Contribuir al disfrute del oyente mediante propuestas musicales variadas y temas relacionados con la música.

- Descripción del Perfil

Programa a una voz, de forma coloquial, que presenta los musicales. Su característica fundamental es la difusión de la música. Este espacio es un vehículo para la promoción musical, lanzamiento de discos de reciente producción, tanto nacional como internacional. Se utiliza el espacio para promoción de artistas, tanto aficionados como profesionales, siempre que posean con la calidad requerida. Se acude a empleo de diversos géneros periodísticos para el tratamiento de la información musical. Utiliza los recursos del lenguaje radial y propaganda directa (1 min. cada media hora). Este espacio se retransmite de martes – domingos de 03:30 – 04:58 de la madrugada.

El espacio cuenta con variadas secciones tales como:

- Que pare el que pueda: En esta sección se mezcla la mejor selección musical de éxitos nacionales e internacionales de diferentes géneros y se ofrece como un gran momento de música continua.
- Unión ocasional: Esta sección se dedica a las colaboraciones musicales entre 2 o más intérpretes que de manera ocasional se unen para interpretar un tema musical. En la primera parte se muestra a los artistas involucrados en la sección, en su trabajo independiente y después se ofrece la colaboración que es la razón de ser del espacio.
- Encuentro musical: En esta sección se difunde la música de dos artistas que pueden ser nacionales e internacionales pero que tienen algún punto de coincidencia (Ej. nacionalidad, género que defienden, participación en evento, ganador de un mismo premio pero en diferentes años y otros).
- Segmento deportivo: En la sección se ofrece una panorámica de los temas más urgentes del panorama deportivo en la provincia, el país y el mundo. El conductor/locutor del espacio es un joven cuyo desempeño es aceptado por el grupo etéreo a que pertenece y goza de popularidad (Dayron Medina).
- En línea con la pista cubana: Se difunden las diferentes posiciones del listado pista cubana.
- Los 50 Grandes de Tiempo A: Les da seguimiento a los 50 temas más difundidos por Tiempo A durante el mes.
- Dos de: Se ofrecen dos temas musicales de un solo intérprete que puede ser nacional e internacional.
- Novedades musicales: En la misma se ofrecen las novedades musicales de la semana en el programa.
- Del ayer: Se ofrece un tema del recuerdo que esté relacionado con la fecha que se vive (Ej.: una canción que haya alcanzado el número 1 en la lista Billboard ese día)

- Entérate conmigo: Esta sección se toma de ACN RADIO y trata sobre noticias del mundo de la música.
- Universo juvenil: A través de trabajos periodísticos y en voz de los corresponsales, periodistas y reporteros se dan a conocer los temas de mayor audiencia y actualidad para los jóvenes.
- Tu momento: Complace las solicitudes musicales de los oyentes que se comunican a través del correo postal. **Espacio: Siempre joven**
  - Función: Educativa -Recreativa
  - Tema: Música popular cubana y extranjera
  - Especificación: Música del pasado
  - Destinatario: Jóvenes
  - Objetivo Principal  
Propiciar el esparcimiento de quienes gustan de la música de épocas pasadas.
  - Descripción del Perfil  
Programa conducido a una voz coloquial, que presenta los musicales y ofrece breves informaciones sobre lo que se escucha. La música pertenece a épocas pasadas. Este espacio es asesorado por la especialista en música de la emisora. La relación oyente programa se establece a través de la correspondencia. En dos momentos del programa se divulgan los saludos y se da acuse de recibo de la correspondencia recibida. Se utilizan los recursos del lenguaje radial y la propaganda directa. **Espacio: Disco Atenas**
  - Función: Recreativa
  - Forma: Revista de perfil musical
  - Tema: Música popular cubana y extranjera
  - Destinatario: Juvenil
  - Objetivo principal  
Propiciar el disfrute de los oyentes mediante la música y la profundización en temas relacionados con ella.
  - Descripción del Perfil

Espacio conducido a dos voces conversacionales que en torno a una línea musical presentan y desarrollan el tema que se va a tratar. Difunde música cubana y extranjera variada en géneros, estilos, autores, acorde al gusto del destinatario. Ofrece las efemérides musicales. Inserta 2 boletines informativos. Puede incluir trabajos periodísticos relacionados con el mundo musical y contar con la presencia de invitados. Ofrece saludos, felicitaciones y da acuse de recibo. Se apoya en recursos sonoros del lenguaje radial y propaganda directa). La relación oyente – programa se establece a través de la correspondencia y llamadas telefónicas.

Inserta diversas secciones entre las que se encuentran:

- La línea de los éxitos: Los oyentes solicitan un número musical nacional, que sea éxito actual y son complacidos.
- El cara a cara: Se proponen dos números musicales de distintos intérpretes que son seleccionados por los oyentes.
- Sección el DJ: Se presentan a los oyentes diversos cortos musicales que reflejan nuestra cubanía, incluyendo todos los géneros, estilos y formatos musicales, de dichas selecciones musicales; los oyentes deben identificar intérprete, autor del número musical o cualquier otro aspecto que se les pregunte.
- La combinación musical: Los oyentes solicitan dos intérpretes o agrupaciones musicales favoritas, se proponen varias combinaciones a solicitud de los mismos oyentes, y de la que resulta ganadora, obtiene el oyente como premio un mini recital de los intérpretes de dicha combinación.
- El expediente: Esta sección aborda de manera más profunda la trayectoria de la vida de artistas o agrupaciones, tanto nacionales como internacionales.

Los programas socioeducativos de la emisora “Radio 26” dedicado a la audiencia juvenil cumplen con presupuestos: sociológico, pedagógico, biológico, psicológico y aquellos dirigidos a la atención a la diversidad, como una categoría que expresa las diferencias presentes no solamente en cada sujeto, sino también

en grupos de sujetos para la concepción y ejecución efectivas de programas socioeducativos.

En consecuencia cumplen en su integralidad la importante función social y educativa que caracteriza la programación, como se asume en esta investigación, se requiere de la permanente sensibilidad y vinculación de los especialistas, directivos y realizadores cuyas tareas y funciones se enmarcan en la calidad de los contenidos, de la realización en sí y de la selección temática. El cumplimiento de sus responsabilidades es lo que garantiza una mayor credibilidad que, unida a la realización técnico-artística, relacionada con el proceso de creación-producción-transmisión de programas radiales, favorecen en la programación socioeducativa la calidad, sentido y significatividad para el público al cual va dirigida, donde se conjugan armónicamente contenido y forma.

### **Conclusiones del capítulo 1**

Los fundamentos teóricos y metodológicos que sustentan el desarrollo de la audiencia radial en jóvenes bachilleres revela la pertinencia de los programas socioeducativos, la función educativa y social de la radio, atendiendo a las características generales de los jóvenes y de la muestra en particular cuyo conocimiento contribuye en la concepción y elaboración de la propuesta. Se sistematizaron las posiciones sobre audiencia y la necesidad de estimular la esencia del componente educativo en los programas radiales para contribuir a la formación humanista de los jóvenes.

## **CAPÍTULO 2. ESTRATEGIA EDUCATIVA QUE CONTRIBUYE A ELEVAR LA AUDIENCIA JUVENIL A LOS PROGRAMAS RADIALES SOCIOEDUCATIVOS DE**

### **LA EMISORA “RADIO 26”.**

En este capítulo se analizan los resultados del diagnóstico, se fundamenta y presenta la estrategia educativa que, como resultado científico se propone en la investigación así como, la valoración de los resultados obtenidos con su aplicación. **2.1 Diagnóstico del estado actual de la audiencia juvenil a programas socioeducativos de la emisora “Radio 26”.**

El referente fundamental para llevar a cabo el diagnóstico del estado actual de la audiencia juvenil a programas socioeducativos de la emisora “Radio 26”, lo constituye la esencia de lo que se asume por programas socioeducativo desde la participación de los factores implicados en la programación radial para la captación de la audiencia juvenil. En tal sentido, el autor de la presente investigación, dada la sistematización teórica realizada y su experiencia de trabajo, reconoce como audiencia a las personas que reciben un mensaje a través de un medio de comunicación como la radio, e interactúan con el mismo. En correspondencia, se asume que la audiencia juvenil en una población de jóvenes está constituida por aquellos a quienes se le dirige un mensaje, teniendo en cuenta sus características psicológicas e intereses ,a través de la radio como medio de comunicación, y esta población reacciona o debe reaccionar ante la información que recepcione.

La variable principal en la investigación, la audiencia juvenil a los programas radiales socioeducativos, se reconoce como: el segmento poblacional comprendido en la edad juvenil que es radioyente sistemático de programas socioeducativos a partir del conocimiento que tiene de los mismos.

Para su operacionalización se determinan dimensiones con sus correspondientes indicadores.

Dimensión I: Cognitiva

## Indicadores

1. Identifica los programas radiales socioeducativos dirigidos a la audiencia juvenil, a partir de las características de los mismos.
2. Identifica los programas socioeducativos de la emisora "Radio 26" dirigidos a la audiencia juvenil Dimensión II: Actitudinal

## Indicadores

1. Periodicidad con que escucha la radio al reconocerla como medio de comunicación.
2. Preferencia por programas socioeducativos de la radiodifusora "Radio 26" dirigidos a la audiencia juvenil.

Para el diagnóstico se emplearon métodos del nivel empírico como la entrevista a directivos que permitieron obtener información sobre el estado de la variable definida en la investigación. Entre estos se identifican: el análisis de los documentos rectores, la entrevista aplicada a directivos de la emisora "Radio 26" y, la encuesta aplicada a los jóvenes.

El análisis de los documentos rectores ( Ver Anexo 3) para la programación radial en general y los socioeducativos en particular arrojó que desde ellos se establecen las pautas para la concepción de programas dependiendo del perfil y la audiencia a la que van dirigidos.

Se resalta desde el reconocimiento de la radio como medio de comunicación el compromiso que tiene, desde la programación que concibe, con la formación integral del público a partir de que se identifiquen tipos de audiencia en correspondencia con la finalidad de los programas y exigencias para cada tipo de programa.

Las emisoras radiales trabajan sobre la base de exigencias para el seguimiento y control de la calidad de los programas radiales por lo que se indican estudios de audiencia y niveles de satisfacción con la programación.

En los documentos rectores analizados no existen especificaciones sobre la concepción y creación de programas radiales socioeducativos para la audiencia juvenil; las referencias expuestas son generales.

No obstante, se requiere de mucha creatividad por parte de los equipos de realización para lograr la audiencia a los programas. Desde los documentos se deja claro que los estudios que realice el departamento metodológico han de estar encaminados a orientar a los directivos de los programas sobre la aceptación que están teniendo los mismos y los principales factores que influyen en ello.

En la entrevista a directivos de la emisora "Radio 26 (Ver Anexo 4), participaron los ocho directivos de programas de la emisora quienes se desempeñan como directores de programas propiamente dicho, asesores y especialistas de la programación variada y de programas.

Como resultado se obtuvo que el 100% de los entrevistados se refirieron a la necesidad de tener en cuenta para elaborar el guión de los programas radiales destinados a la audiencia juvenil los gustos de los jóvenes, establecerlos en horarios que luego de un análisis de las principales actividades que por lo general realizan los jóvenes: estudiar, prácticas de deporte, recreación correspondan con el perfil del programa así como, que respondan a temáticas afines con sus. Todos insistieron en la necesidad de utilizar música siempre que se pueda, aunque el programa no fuera eminentemente musical.

De los directivos entrevistados, 6 para un (75%) referido al conocimiento y realización de programas socioeducativos para jóvenes son del criterio de que debería exigirse la utilización de los resultados de encuestas realizadas por el departamento Metodológico, responsable en la emisora de las investigaciones sociales y de los programas.

Referente a la identificación de acciones que se realizan para garantizar la audiencia a un programa socioeducativo para jóvenes reconocen que se limitan a las propuestas que se hacen a partir del resultado de los estudios que hace el Departamento Metodológico de la Emisora. Ello deja claro que desde los colectivos de realización no es frecuente trabajar en función de estimular con un estilo particular la audiencia a su programa.

De la entrevista se evidenció que:

El 75,0 % de los entrevistados (6) enfrentan en su labor diaria problemas que no están en sus posibilidades resolver y no siempre cuentan con los recursos que necesitan para hacer una programación con la calidad requerida

El 37,5% plantea (3) que para abordar temáticas necesarias con la profundidad requerida se necesita para su preparación de la presencia de especialistas en el tema de que se trate y que sea de interés. No siempre pueden contar con esta posibilidad debido al presupuesto.

El 50% considera que la concepción de la programación requiere de nuevos impulsos y de miradas diferentes, pero no se puede asegurar que todos los que desempeñan cargos y funciones estén preparados para cambiarla ni hacer nuevas propuestas. El 87.5% valoran (7) la necesidad de que el trabajo colectivo se realice con mayor responsabilidad, deseos y con la garantía de la calidad que se requiere hasta el último detalle.

Los directivos y especialistas no demuestran el adecuado dominio de los requerimientos de programas socioeducativos dirigidos a la población juvenil.

El 75 % de los entrevistados argumenta la necesidad y urgencia de hacer adecuaciones al manual para hacer otras propuestas de programas realmente novedosos y contextualizados para los jóvenes en cuanto a calidad y temáticas de interés social y cultural.

Los directivos y especialistas entrevistados (100%) generalmente se ciñen a los elementos que conocen, incluso estos pueden no ser provenientes del estudio de los documentos que rigen la programación radial sino de orientaciones de los más experimentados. No se identifican como creativos. El establecimiento de relaciones entre este indicador y el anterior permite reconocer que hay dificultades y apego a moldes tradicionales de hacer que inciden en la poca audiencia juvenil a los programas socioeducativos.

Respecto a la dimensión actitudinal propiamente dicha se aprecia que se:

1. Asume y establece en la concepción de la programación las características que requieren los programas socioeducativos dirigidos a los jóvenes

2. Incluye y demuestra en la creación de los programas el tipo de programa y los temas que prefieren los jóvenes

3. Ejecuta acciones orientadas a captar la audiencia de los jóvenes a los programas socioeducativos de la radio.

Se aprecian insuficiencias en el 75% (6) de los directivos y especialistas que, aunque consideran que las asumen, aún no saben establecer de manera total e íntegra en la concepción y /o programación las características generales de los programas dirigidos a la juventud.

Se reconoce la falta de información y objetividad en el 100% de los entrevistados lo que hace evidente las insuficiencias en este indicador. La fidelidad a una única propuesta programática por parte de los 8 directivos y especialistas (100%) ha impedido o no ha facilitado otras propuestas novedosas.

En la encuesta aplicada a los jóvenes (Ver Anexo 5) participaron 15 jóvenes, estudiantes de la Facultad Obrero Campesina que pertenece a la Educación de Adultos, constituye este el 100% de la muestra de la investigación constituida por 8 hembras y 7 varones. Complementa su selección el que se considere que representan las características sociológicas y psicológicas del perfil de audiencia juvenil relacionado con la pérdida de interés por la radio.

Como resultado de la encuesta 12 jóvenes, representativo del 80% manifiestan no tener contacto con la radio. Seis de ellos para un 50% poseen algún conocimiento sobre la finalidad y tipo de programas radiales. Significativo resulta el que hayan hecho referencia a alguno de los programas radiales de la Emisora "Radio 26" a partir de lo que han escuchado de otras personas.

En tal sentido identifican como programas de la Emisora "Radio 26" a: Tiempo A, El Familión, y En la Radio.

Para aquellos que refieren escuchar programas de radio manifiestan que conocen programas socioeducativos pero que no son seguidores, prefieren los programas musicales. Hacen referencia como otro de los aspectos a sugerir que a los jóvenes se sienten atraídos por los videos musicales de grupos y artistas favoritos, pero los videos no se pueden ver en la radio.

Los resultados de la encuesta se orientan al reconocimiento de la apatía y el desinterés hacia la programación radial por parte de los jóvenes. Solo dos de los encuestados, que representa el 13,3%, refiere conocer sobre programas de perfil socioeducativo a partir de que por casualidad lo han escuchado. Se aportaron criterios de interés como que:

- Deberían surgir programas más creíbles y con creatividad donde uno aprecie que va a aprender algo que necesita, donde los temas interesen y eduquen porque hoy no se reconocen programas donde se traten con objetividad y verdad los temas más necesarios. Un ejemplo es que se reitera el tema de la sexualidad y del embarazo en la adolescencia mientras que el de las drogas se limita a ofrecer consejos y se nota que no hay argumentos que convencan.
- Deben considerarse actividades para crear o volver a crear una cultura de la radio, porque resulta mejor la televisión, el video o cualquier soporte más moderno. □ Que se pongan de acuerdo los dirigentes de la radio para que los programas sean dignos de oírse.

Los criterios que complementan la información solicitada mediante la encuesta están orientadas a revelar la opinión sobre los temas que en programas de carácter socioeducativo podrían interesar a los jóvenes. Son del criterio de que se traten con mayor profundidad temas de la vida diaria entre los que se encuentran: cómo comportarse en las relaciones interpersonales y las familiares 7 (46,66%), 4 de los encuestados (26,66%) se refieren a los efectos del consumo de bebidas alcohólicas y de drogas; 3 encuestados (20 %) mencionan “la elección de amigos”; uno (6,66%) cómo hacer realidad los proyectos de vida futura.

En general, no existe total coincidencia con los temas planteados por los jóvenes. Se evidencia un distanciamiento entre los planteamientos de los directivos y especialistas y los jóvenes encuestados.

Atendiendo a los resultados analizados en esta dimensión el autor alega que la población juvenil, en general, no escucha la radio y en lo particular desconoce lo relacionado con los programas socioeducativos.

En relación a la información que se obtuvo se infiere desde lo actitudinal cierta apatía y desinterés en estos jóvenes por el medio radial.

Ello incide en la inconsistencia en relación a los argumentos que describen la no escucha de determinada programación radial. Desfavorablemente por parte de la muestra apenas se tomó en cuenta durante la selección de los tipos de programa que prefiere, las causas de que evidencie este comportamiento en los 15 (100%) jóvenes encuestados.

En opinión del autor de la investigación este indicador presenta un grado muy significativo de afectación; y en relación muy directa con ello, los 15 jóvenes de la muestra que representan el 100% evidencian que la audición es muy baja o poco atenta.

Los resultados obtenidos de la aplicación de métodos empíricos permitieron identificar regularidades que se expresan en fortalezas y debilidades

Como regularidades del diagnóstico se identifican potencialidades e insuficiencias. Las potencialidades se identifica el que la radio continúa reconociéndose como un medio de comunicación para el que existen documentos que norman el trabajo en las emisoras radiales y se cuenta con una programación acorde a lo que se exige

Las debilidades están centradas en que

- Los documentos rectores de la programación radial no contienen especificaciones para la concepción y creación de programas socioeducativos dirigidos a la audiencia juvenil; esto incide en la no adecuada preparación de los directivos y especialistas para el desempeño
- Insuficiente preocupación y/o atención a la calidad y selección adecuadas de las temáticas de los programas radiales socioeducativos inciden en que no se influya positivamente en la captación de la audiencia juvenil
- En la población juvenil no se generan estímulos para la escucha de la radio; y en lo general muestran desinterés y apatía, prefieren otras opciones. En el comportamiento de la población juvenil los programas socioeducativos no son referentes de contribución a su desarrollo.

- No se realizan acciones educativas destinadas específicamente a la captación de la audiencia de los jóvenes a los programas socioeducativos.

## **2.2 Características generales de la estrategia educativa**

El análisis de las regularidades obtenidas del diagnóstico sustenta la necesidad de proponer una estrategia educativa como resultado científico. Ello conllevó a realizar precisiones en torno a ello. En la sistematización teórica realizada se encontraron algunas conceptualizaciones en relación a la estrategia

Addine F. (1991) la define como: “Secuencia integrada de acciones conscientes y procedimientos seleccionados y organizados, que atendiendo a todos los componentes del proceso persiguen alcanzar los fines educativos propuestos”. Para

Franco Suárez, M. (1999,) las estrategias son acciones humanas orientadas a una meta integral, consciente comprobada que está muy vinculada y en ocasiones se asocia con términos: plan táctico y reglas.

Para Summck, (1988) y Nisbett, (1991)” la estrategia se considera como una guía de acciones que controle continuamente el desarrollo de los acontecimientos y decida que conocimientos declarativos y procedimentales hay que recuperar y como se deben coordinar para resolver cada nueva coyuntura”

A partir de los elementos abordados en las definiciones anteriores sobre estrategia el autor de la presente investigación es del criterio de que el objetivo de una estrategia es concretar un plan para promover y desarrollar esta, en un período de tiempo definido, es un documento que define propósitos, ofrece un marco teórico conceptual e identifica sectores y grupos claves.

En tal sentido hace precisiones al tomar filiación con Ruiz quien es del criterio de que toda estrategia transita por una fase de obtención de información (puede tener carácter diagnóstico), una fase de utilización de la información y una fase de evaluación de esa información, además como su nombre lo indica, debe tener un margen para ir redirigiendo las acciones”. (Ruiz, 2001. Pág. 151).

Su diseño implica la articulación dialéctica entre los objetivos (metas perseguidas) y la metodología (vías instrumentadas para alcanzarlas). Se diseñan *para resolver problemas de la práctica y vencer dificultades con optimización de tiempo y recursos. Permiten proyectar un cambio cualitativo en el sistema a partir de eliminar*

*las contradicciones entre el estado actual y el deseado.* (Proyecto Bachillerato. 2016) En el contexto de esta investigación se asume la definición de estrategia educativa de María A. Rodríguez: la proyección de un sistema de acciones a corto, mediano y largo plazo que permite la transformación de los modos de actuación de los escolares para alcanzar en un tiempo concreto los objetivos comprometidos con la formación, desarrollo y perfeccionamiento de sus facultades morales e intelectuales (Rodríguez.

2006).

Mediante la educativa no solo se pretende elevar el nivel de conocimientos, sino lograr cambios de actitudes.

Las estrategias educativas son soportes de la formación fundamental de la persona, se debe realizar un proyecto colectivo "... no debe limitarse a definir conceptos, sino a estudiar causas, determinar procedimientos, y medios, De esto se deriva que la tenga distintas fases o etapas que se toman en cuenta en esta investigación." (Proyecto Bachillerato. 2016)

Al considerar los referentes teóricos declarados en esta tesis, la estrategia educativa se sustenta en los siguientes fundamentos:

Fundamentos filosóficos: La filosofía de la educación (Chávez, et. al, 2005) ofrece basamentos humanistas, axiológicos y epistemológicos que permiten comprender la dialéctica- materialista como sustento de la formación de una audiencia juvenil a los programas socioeducativos radiales.

El análisis crítico del contenido de los documentos normativos para la concepción de programas radiales de corte socioeducativos dirigidos a la población juvenil con una atención diferenciada de acuerdo con su desarrollo, desde una visión optimista de la educabilidad del ser humano.

Fundamentos sociológicos: se considera el condicionamiento histórico-social de la radio cubana como espacio de formación humanista y conformación de gusto estético de los radioyentes en un segmento etario como lo es la juventud, en la transmisión y apropiación de la herencia cultural del proyecto social cubano, en correspondencia con los fines de la política de la revolución. Pues de manera

indirecta la radio resulta vehículo para la transmisión de patrones culturales, de mensajes que influyen en la conducta de los oyentes. Es necesario desarrollar en los individuos una capacidad crítica que les permita resistir el bombardeo de opiniones que le llegan a través de medios no afines a la construcción del socialismo, lo que resulta difícil contrarrestar por cuanto actúan en la esfera afectiva y a través de la sugestión.

Fundamentos psicológicos: radica en el basamento que ofrece la concepción históricocultural del desarrollo humano de Vigotsky y sus seguidores y en particular lo referido a la relación pensamiento - lenguaje, de base dialéctico - materialista, así como el lugar de las vivencias de los jóvenes radioyentes. En ello juega un papel fundamental las experiencias acumuladas, el desarrollo de las capacidades y de los intereses, y del estado emocional, entre otras particularidades, que condicionan la forma en que un sujeto reflejará en su psiquis los contenidos transmitidos a través de la radio. Si un tema le interesará será más fácil asimilarlo que si no se dan esas condiciones.

Fundamentos pedagógicos, se tienen en cuenta los aportes de la pedagogía cubana, al considerar la formación integral del hombre en su actuación cotidiana y práctica en su vínculo con la teoría para lograr las aspiraciones del modelo de sociedad; se organiza y estructura el proceso pedagógico del Entrenamiento para las reservas de cuadros políticos en consonancia con las necesidades del organismo empleador y de los estudiantes en particular, activando sus aprendizajes significativos desde las experiencias y las posibilidades creadoras.

En este sentido, las particularidades de la capacidad valorativa del joven en el contacto con el programa radial, elemento importante para reconocer el valor educativo de los programas radiales que se proponen en la Emisora "Radio 26". La categoría educación por la implicación que tiene todo el proceso de contribución a la elevación de la audiencia juvenil a los programas socioeducativos de la Emisora "Radio 26".

Fundamentos culturales y semióticos: La cultura es un modo de estar en el mundo, un modo de vivir, se distingue por las particularidades de cada civilización, revela la forma en que el hombre transforma su realidad, la semiótica sustenta en esta

investigación porque se favorece la formación de determinados signos que devienen de la percepción de la forma de un referente ya sea real o imaginario, en torno a nuestra realidad para elevar el nivel de conocimientos, de gusto y valoración del entorno. Los aportes de Charles Sanders Peirce y Umberto Eco, favorecen el estudio de los signos, de las estructuras y de los procesos significativos del conocimiento del entorno y de creación y difusión de conocimiento que tienen las personas.

Los cambios socioculturales producidos en los últimos tiempos, unidos a la necesidad de alcanzar una cultura general integral que beneficien a las actuales generaciones, propician que las relaciones interdisciplinarias adquieran un significado relevante para el conocimiento y comprensión de los programas socioeducativos por la audiencia juvenil.

Fundamentos legales: expresados en la Constitución de la República de Cuba (2002), así como en la política educativa y cultural (Capítulo V, 2002), las cuales ofrecen el marco legal, ratificados los Lineamientos de la política económica y social del Partido y la Revolución cubana, emanados del VII Congreso del Partido Comunista de Cuba (2011).

Se asumen en particular los lineamientos relacionados con lo social (116 y 117) la educación (120) y la cultura (136); sustentados en los avances de la ciencia y la técnica, el ideario marxista, martiano y fidelista, la tradición cultural y pedagógica progresista cubana y la universal, el carácter humanista al hacer de la radio un medio de educación.

De la modelación se definen las cualidades de la estrategia educativa propuesta, a saber: flexible, contextualizada, interactiva, y sistémica.

Es flexible porque puede ser aplicada en diferentes contextos en correspondencia con situaciones específicas dada la realidad en que se ha de implementar.

Es contextualizada, al corresponderse con las exigencias para la programación radial socioeducativa dirigida a los jóvenes.

Es interactiva, dada las relaciones de interacción que se establecen entre los actores del proceso determinado por las direcciones en las acciones de cada etapa

de la estrategia, generadoras de transformaciones dirigidas hacia la proyección de modos de actuación y al desarrollo de la personalidad de los jóvenes y de la actualización y creatividad de los especialistas de la radio.

Su carácter sistémico se debe a que, descubre las relaciones y mutuas influencias entre los componentes y etapas de la estrategia.

Las cuestiones referidas anteriormente exigen que se realicen precisiones en torno a: □ Contar con el apoyo y compromiso del personal con implicación directa en la concepción de los programas radiales socioeducativos dirigidos a la población joven así como, de aquellos directivos de la institución educativa en la que estudian los jóvenes seleccionados como muestra para la presente investigación.

- Planificar acciones dirigidas a:
  - ✓ la preparación previa de los especialistas de Programación y de Investigaciones sociales y directivos.
  - ✓ los jóvenes a quienes se pretende influir para la transformación de los niveles de audiencia a los programas radiales socioeducativos.
- Mantener, desde la estrategia educativa que se propone, la relación con la realidad inmediata, el entorno social, los temas de interés y, credibilidad de la información.

Constituye un aspecto de interés el hecho de que la estrategia educativa propuesta potencia la relación entre la institución radial (Emisora “Radio 26”) y los centros educacionales, reconocidos como espacios con potencialidades para que se intencione la elevación de la audiencia a los programas. **2.2.1 Estructura y dinámica interna de la estrategia educativa**

La estrategia opera con una dinámica interna, con un cuerpo de fundamentos teóricos que constituye su sustentación a partir del objetivo general: Elevar la audiencia juvenil, de los programas socioeducativos de la emisora “Radio 26”.

Entre sus componentes se reconocen dos direcciones y tres etapas: diagnóstico y planificación, instrumentación y evaluación, las que, a pesar de ser independientes se interrelacionan, determinado por el objetivo específico de cada una.

En cada etapa se ejecutan acciones cuya finalidad, si bien se orienta al cumplimiento del objetivo de la etapa, tributa al logro del objetivo general de la estrategia, concebida con carácter sistémico al tener en cuenta su estructura, organización y función. Específicamente la etapa de: instrumentación las acciones, están orientadas por direcciones.

Los resultados de las acciones que se ejecuten en la etapa conclusiva, permitirán valorar la factibilidad y efectividad de la estrategia educativa propuesta en su totalidad y, se han de tener en cuenta para próximas aplicaciones. (Figura 1) Direcciones de trabajo de la estrategia educativa.

Dirección 1.

Capacitación de directivos y especialistas para la captación de la audiencia juvenil a los programas socioeducativos Dirección 2.

Acciones transformadoras para la elevación de la audiencia juvenil a los programas socioeducativos

Etapas de la estrategia educativa

Primera etapa: Diagnóstico y planificación

Objetivos:

- Diagnosticar el nivel de audiencia de los jóvenes a los programas socioeducativos de la emisora “Radio 26”.
- Establecer las condiciones necesarias que propicien la sistematización de las acciones de la estrategia.

La etapa se desarrollará a partir de la ejecución de acciones diagnósticas. Las primeras en sistematizar serán las diagnósticas pues la información que de ellas se obtenga influirá en el contenido de las otras acciones. El diagnóstico se utiliza de forma sistemática durante la ejecución de la estrategia, según las direcciones

Acciones:

- 1- Revisión bibliográfica de los documentos normativos. (Manuales sobre la concepción de la programación)

2- Aplicación de instrumentos investigativos para la caracterización del estado inicial de la audiencia de los jóvenes a los programas socioeducativos de la radio. Los especialistas y directivos son factores de implicación directa.

3- Determinación del nivel de satisfacción de los jóvenes con los programas socioeducativos de la radio.

4.-Presentación de los resultados del diagnóstico.

5.-Presentación, discusión y aprobación del cronograma de acciones a los diferentes actores con implicación directa en la concepción de los programas radiales socioeducativos dirigidos a la población joven. Estos intervienen en su implementación propiciando establecer vínculos con la comunidad y recabar el apoyo que se necesita. Segunda Etapa. Instrumentación Objetivo:

- Implementar el sistema de acciones educativas diseñado en los escenarios seleccionados

En esta etapa se tiene en cuenta la implementación de acciones desde el análisis de los resultados del diagnóstico, cuyos resultados se profundizan en la dirección de capacitación a directivos y especialistas para la transformación en la captación de la audiencia juvenil. Se incluyen acciones donde se involucran, además, la escuela y los promotores culturales. Acciones

- 1- Ejecución del sistema de acciones diseñado.
- 2- Introducción de ajustes al cronograma según las necesidades del contenido y la práctica de trabajo.
- 3- Evaluación sistemática de los resultados de la ejecución de cada una de las acciones.

Tercera etapa. Evaluación

Objetivo:

- Valorar el comportamiento de la audiencia juvenil a los programas socioeducativos a partir de las direcciones propuestas

Esta etapa es de cierre, aunque desde la primera dirección en su primera etapa se inicia el proceso de retroalimentación y de evaluación durante su aplicación, por parte de todos los participantes implicados

- 1.-Evaluación del cumplimiento del cronograma de la estrategia
- 2.-Determinación del impacto social de la estrategia para su posterior aplicación y o adecuación en otros contextos. Cárdenas.

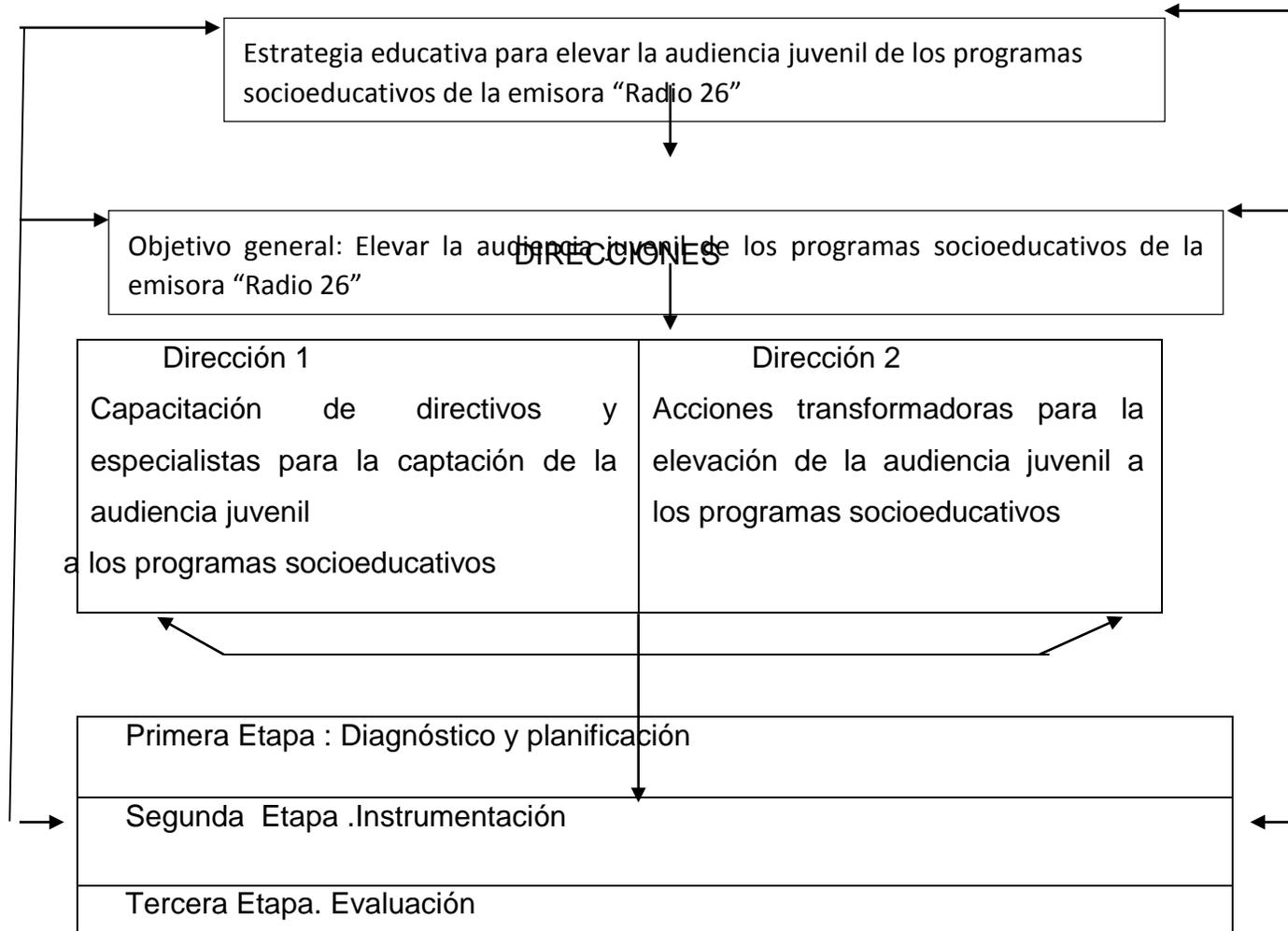


Fig. 1 Representación gráfica de la estructura de la estrategia educativa. Acciones dirigidas a directivos y especialistas de la emisora “Radio 26”

Objetivo: Actualizar teórica y metodológica a los directivos y especialistas para la reconceptualización y/o adecuación de los programas socioeducativos con énfasis en la intencionalidad educativa de las propuestas desde las particularidades de la edad juvenil.

Las acciones que se proponen para la necesaria actualización teórica y metodológica de los directivos y especialistas adoptan variadas formas: capacitación, intercambios, talleres, todas responden a una concepción sistémica

Las acciones que se proponen para concretar esta acción se realizarán periódicamente en el espacio de los colectivos de Programación, previo ajuste con el Jefe de esa estructura.

Se realizarán durante el trimestre enero- marzo 2018

Para el desarrollo de estas acciones integrarán el grupo de trabajo los jefes de departamentos, jefes de grupo, especialistas, asesores, directores de programas y otras personas que se considere necesario incorporar para integrar al colectivo, de

acuerdo con los temas que se proponen debatir. Pueden ser invitados: especialistas de otras instituciones, colaboradores, investigadores, oyentes u otros que puedan contribuir con sus criterios y opiniones a elevar la audiencia de la población juvenil a la programación socioeducativa

Las acciones se estructuran en título, objetivo, explicación de la acción y participantes.

### **Acción I**

Título: Con otra mirada...

Objetivo: Analizar los documentos rectores del trabajo de programación radial para reinterpretar su contenido con miradas más críticas y transformadoras de la realidad

Explicación de la Acción: Organización y desarrollo de dos espacios de intercambio y debate de los documentos rectores del trabajo de programación radial para reinterpretar su contenido con miradas más críticas y transformadoras de la realidad.

Documentos:

- Programación Radial. Dirección de Control y Planeamiento. Radio Cubana
- Proyecto de Manual Metodológico. La investigación social en la radio y la televisión.
  
- Manual de Control de la Calidad 2004
- Proyecto de Manual Metodológico. La investigación social en la radio y la televisión. La mejora de la audiencia juvenil a los programas socioeducativos. Participantes: Director de Programas, el Asesor y el Escritor, locutores, actores, especialistas con secciones fijas, periodistas, realizadores de sonidos, musicalizadores, realizador de efectos de estudio y editores, así como otras personas que, de una forma u otra, se integran al equipo de realización.

### **Acción II**

Título: ¿Y por qué No?

Objetivo: Elaborar propuestas de adecuación y/o transformación de la programación socioeducativa para la elevación de la audiencia juvenil.

Explicación de la Acción: Se promoverá el análisis y comentario de otras fuentes al alcance de uso, (Manual Urgente para radialistas del Ecuador) y otros, así como la consulta de sitios digitales para propiciar el intercambio y el establecimiento de comparaciones, desde el análisis individual y colectivo para la toma de acuerdos.

Participantes: Director de Programas, el Asesor y el Escritor, locutores, actores, especialistas con secciones fijas, periodistas, realizadores de sonidos, musicalizadores, realizador de efectos de estudio y editores, así como otras personas que, de una forma u otra, se integran al equipo de realización.

### **Acción III**

Objetivo: Propiciar el intercambio entre personal de la emisora “Radio 26”, de las instituciones educativas y promotores culturales del Consejo Popular donde está enclavada la institución docente (Matanzas Este).

Título: Entre dos instituciones.

Objetivo: Crear un espacio de interacción de la Emisora mediante la visita a las instituciones docentes de donde proceden los jóvenes estudiantes.

Explicación de la Acción: Se realizará una visita a cada centro para establecer un intercambio con los directivos, profesores, estudiantes y promotores culturales de cada Consejo Popular (Matanzas Este y Pueblo Nuevo) para sensibilizarlos con la propuesta de las acciones que se desarrollarán,

Se planificarán entrevistas individuales con directivos y especialistas de la emisora y así mismo se aceptarán sugerencias sobre acciones y temáticas para elevar la audiencia de la población juvenil a la programación socioeducativa

Participantes: Directivos de las dos instituciones, especialistas y docentes, promotores culturales y estudiantes de las facultades obrero-campesinas

### **Acción IV**

Título: La urgencia de crecer

Objetivo: Organizar espacios de superación para actualizar la preparación del personal directivo y de los especialistas sobre la programación socioeducativa para la elevación de la audiencia juvenil

Explicación de la Acción: Realización de actividades teóricas y prácticas sobre la creación de nuevos programas juveniles con la participación de los especialistas y del personal de más experiencia incluso de otras instituciones para propiciar el trabajo de mesa correspondiente. Se propondrá la planificación y ejecución de un posgrado por lo que se sugerirán las temáticas que se consideren incluir.

Participantes: Director de Programas, el Asesor y el Escritor, locutores, actores, especialistas con secciones fijas, periodistas, realizadores de sonidos, musicalizadores, realizador de efectos de estudio y editores, promotores culturales, personal seleccionado de la institución educativa así como otras personas que, de una forma u otra, se integran de al equipo realización.

### **Acción V**

Título: “Mirando desde adentro”

Objetivo: Promover la reflexión y la crítica sobre las causas y consecuencias de la repetición de patrones programáticos que han favorecido la falta de vínculos emotivos entre emisora y audiencia juvenil

Explicación de la Acción: Se selecciona la forma de taller para que se aborde en colectivo el problema que se originó en la práctica y debe ser cualitativamente transformado por la discusión profesional del grupo, con el aporte personal, creativo, crítico y de consenso grupal, a través de la vinculación práctica cotidiana, reflexión, práctica profesional y el análisis para la posible transformación.

Participantes: Director de Programas, el Asesor y el Escritor, locutores, actores, especialistas de secciones fijas, periodistas, realizadores de sonidos, musicalizadores, realizador de efectos de estudio y editores, así como otras personas que, de una forma u otra, se integran al equipo de realización.

#### Acciones a realizar directamente con los jóvenes

Esta propuesta de acciones ,a través de la utilización de este medio de comunicación social, mediante micros radiales, muestras de programas de radio y planificación de espacios educativos radiales, además de orientarse a la captación de la audiencia juvenil a los programas socioeducativos, fortalece conocimientos relevantes para su preparación moral y académica, tales como valores cívicos

expresados en la igualdad, la solidaridad, la justicia y el respeto, el trabajo colaborativo, las relaciones interpersonales, entre otras, considerados estos como elementos imprescindibles para el desarrollo pleno e integral del ser humano

### **Acción VI**

Título: Te invita la Emisora

Objetivo: Sensibilizar a los jóvenes con el trabajo general que realiza la emisora y en particular el de la programación socioeducativa a ellos dirigida.

Explicación de la Acción: Realización de una visita a la Emisora para sensibilizarlos con el trabajo que se realiza, y proponer la creación de dos o más círculos de colaboradores de la programación a partir de que se les enseñe cómo se hace un programa de radio y qué se necesita para ello. La idea es propiciarles entrenamiento para que con posterioridad puedan concebir y/o crear programas juveniles de orientación sociocultural.

Participantes: Directivos de las dos instituciones, especialistas y docentes, promotores culturales y estudiantes de las facultades. En esta Acción participa el Director de la Emisora y el de Programación.

### **Acción VII**

Título: Para la RE-creación

Objetivo: Participar en los talleres conformados para la creación y /o ejecución de programas socioeducativos, desde el dominio de los conocimientos teóricos y prácticos

Explicación de la Acción: Se habilitarán hasta cinco espacios para el aprendizaje teórico sobre lo concerniente a la programación y después se realizará la práctica de concepción y creación de programas juveniles para la posterior participación en espacios radiales.

Participantes: Directivos y especialistas de Programación y los jóvenes colaboradores.

### **Acción VIII**

Título: La Radio en tu compañía

Objetivo: Participar del espacio radial interactivo para la motivación de la audición juvenil a los programas socioeducativos

Explicación de la Acción: Una vez concluido el proceso de enseñanza aprendizaje de cómo hacer programas los jóvenes de la muestra están en condiciones de favorecer la motivación de sus pares promocionando la realización de actividades y acciones desde una perspectiva globalizadora y darle tratamiento a los temas planteados por el mismo grupo etario.

Participantes: Directivos y especialistas de Programación los jóvenes colaboradores y los promotores culturales

Etapas de Control de las acciones estratégicas

De esta etapa de control no puede prescindirse, como tampoco puede ejecutarse únicamente al final de la aplicación de la estrategia, pues gracias a la efectividad evaluativa se pueden hacer cambios favorables en la propia dinámica de inserción de la propuesta en el trabajo, así como adecuaciones de los alcances y valoraciones de los estados alcanzados.

Las acciones estratégicas propuestas para el control se caracterizan por la novedad en la manera de ejecutar el mismo: Se orientan a la reflexión y el análisis, estimulan la sensibilidad y la motivación:

Las acciones fueron controladas de diversas formas.

El dúo integrado por el autor de la investigación, el promotor cultural de la Casa de Cultura y un estudiante colaborador realizaron la recogida de información espontánea en las acciones con los jóvenes

En el caso de las acciones con especialistas se utilizó un buzón de expectativas; el mismo se instaló en la recepción de la emisora. Se pretendía obtener la información más veraz.

De la acción VIII se derivó que luego de obtener el producto final, los jóvenes se escucharon entre sí en clases y propusieron la realización de un conversatorio para compartir experiencias entre los demás estudiantes del centro

El control al cumplimiento de la acción VI en la que participaron profesores y directivos de la institución educativa evidenció interés y entusiasmo por planificar y producir espacios radiales educativos con la participación de toda la comunidad educativa, con la finalidad de promover encuentros de conocimientos de diferentes

tipos, bien sean cívicos – morales o, científicos. Resulta pertinente precisar que el tiempo asignado para el desarrollo de cada acción dependerá de las particularidades de cada una.

### **2.3. Valoración de los resultados obtenidos de la aplicación de la estrategia**

La estrategia fue aplicada, en el último trimestre del 2017 y el primero del 2018 previa coordinación con la Dirección Municipal de Educación, la directora del centro seleccionado, la directora municipal de cultura, los promotores culturales (de la zona y de la Casa de Cultura municipal “Bonifacio Byrne”) y la colaboración esencial de la directora, los especialistas, creadores y realizadores de la emisora. Se ejecutaron todas las acciones previstas en cada una de las etapas y en la forma en que fueron concebidas; se implementaron los espacios de interacción comunicativa, y en consonancia con la dinámica de la propia estrategia, se hicieron dos cambios favorables al cumplimiento de los objetivos

En la valoración de los resultados de la aplicación de la estrategia se tuvo en cuenta los resultados que arrojaron los instrumentos aplicados sobre la base del comportamiento de las dimensiones e indicadores determinados para la operacionalización de la variable en correspondencia con las direcciones de la estrategia.

En correspondencia se parte de la consideración de las tareas y funciones de la comisión de calidad de “Radio 26”: grupo de expertos que evalúa sistemáticamente la calidad de los programas y tiene un grado de responsabilidad en la transformación del estado real al deseado.

Resulta significativo destacar el reconocimiento colectivo del diseño de acciones educativas que contribuyeran a elevar la audiencia juvenil a los programas socioeducativos de la emisora “Radio 26” a partir de que se establecieran vínculos directos entre todos los implicados de la emisora radial y la institución educativa.

Las acciones de análisis y discusión de los documentos señalados permitieron establecer lo siguiente, una vez realizada la entrevista de salida.

El 100% de los entrevistados considera como satisfactorio el trabajo realizado porque mediante las acciones realizadas actualizaron los saberes sobre programación en general,

Las características de los programas de radio y en especial los socioeducativos fueron replanteadas con nuevas precisiones y otras visiones a partir de la posibilidad de adecuación que ofrecen los documentos analizados.

El 100% de los participantes considera que participar en las acciones diseñadas en la estrategia educativa contribuyó a que se renovaran los aprendizajes sobre tipos de programas y temas socioeducativos que más interesan a los jóvenes. De igual manera tener en cuenta verdaderamente los resultados de las encuestas que desde el departamento metodológico de la Emisora se realizan favorece a entender la implicación de los equipos de realización de los programas en aras de elevar la audiencia a los programas que proponen.

El 100% de los participantes expresaron que, si bien no está resuelto el problema de la audiencia juvenil a los programas socioeducativos, hoy se está mejor preparado en conocimientos para enfrentar la tarea.

En la entrevista a los directivos (Ver anexo 6) se obtuvo que estos reconocen la importancia de que:

- En la concepción y /o programación radial tiene en cuenta las características generales del medio.
- Se desarrollen los elementos indispensables que requieren los programas socioeducativos dirigidos a los jóvenes.
- Se promueva el tipo de programa y los temas que prefieren los jóvenes

El 100% de los entrevistados tiene en cuenta en sus funciones y tareas las características generales del medio y los elementos indispensables que requieren los programas socioeducativos dirigidos a los jóvenes.

Expresan que están más motivados por orientar y ejecutar programas cuyos temas sean preferidos por los jóvenes, así como también les interesa encaminarse hacia la selección adecuada de los musicales que educan el gusto estético.

En cuanto a la dimensión Actitudinal el 100% de los entrevistados declara saber cómo se deben tener en cuenta las exigencias metodológicas establecidas tanto para la ejecución como la dirección de los programas socioeducativos y que se trabaja en la incorporación de todos los elementos, pero aún falta

Exponen el estado de satisfacción por lo que han comenzado a hacer a partir del espacio “Mirando por dentro” en el sentido de que se tomaron acuerdos muy favorables para la captación de la audiencia juvenil y en definitiva para la radio. El 100% de los entrevistados considera que las acciones realizadas contribuyeron a su crecimiento profesional, personal y social.

Sus juicios hicieron referencia a un claro reconocimiento de la necesidad de la estrategia para desarrollar con eficiencia las acciones que garanticen la elevación de la audiencia juvenil a los programas socioeducativos de la radio porque:

El 100% de los entrevistados agradece el resultado de este trabajo, la estrategia, por parte del autor de la investigación por cuanto es primera vez que se realiza en la emisora “Radio 26”.

Se reconoce la claridad en los propósitos para los cuales se han concebido las acciones para la preparación. El 100% considera, después de la realización del espacio “Mirando por dentro” que los parámetros que definen el diseño de la programación deben adaptarse a las nuevas formas de consumo mediático que ha propiciado. El 100% de los participantes estima que se demostró la existencia de más de una vía para el trabajo con los elementos esenciales de la programación dedicada a los jóvenes. El 100% de los participantes expresan que las acciones evidenciaron cómo es imprescindible la adecuación a las características de la personalidad de los jóvenes de entre 18 y 20 años en la concepción de los programas. El 90% de los participantes reconoce como válido la realización de un curso de superación. El 100% de los entrevistados plantean que la recuperación del hábito de escucha es primordial para acercar a los jóvenes con el medio radio, aunque deben tenerse en cuenta factores como la calidad de la recepción.

El 100% señala que la efectividad del triángulo radio-jóvenes-internet requiere de nuevas estrategias programáticas que profundicen en la sinergia entre la antena

convencional y la explotación online; pues la clave del éxito no parece ser una simple cuestión tecnológica, sino que requiere de una renovación.

El 100% considera que todos deben apoyarse más en el trabajo colectivo.

El 100% coinciden de los encuestados asumen como correctas, útiles y provechosas la aplicación de la estrategia educativa en la práctica. En general, la instrumentación de la estrategia tuvo buena acogida, las acciones metodológicas y de aprendizaje se cumplimentaron.

Quedaron aspectos susceptibles por perfeccionar, que dependen en gran medida del apoyo de los directivos de la emisora y de la asignación de recursos imprescindibles para su mejor cumplimiento.

Los directivos y especialistas incorporaron a su experiencia profesional aspectos teóricos, metodológicos y modos de actuación que les permitieron reflexionar y dirigir de forma más adecuada en atención a la revitalización del estudio y análisis de los manuales de requerimientos metodológicos y de calidad respectivamente.

Desde la encuesta aplicada a los jóvenes (Ver anexo 7) se obtuvo que como resultado de la aplicación de las acciones con los jóvenes estos son capaces de identificar los programas radiales socioeducativos dirigidos a la audiencia juvenil, a partir de las características de los mismos sobre todo los de la emisora "Radio 26". En relación a lo actitudinal se aprecia un aumento en la audiencia respecto a la escucha de la programación radial de la emisora Radio 26 con intencionalidad los programas socioeducativos de la radiodifusora "Radio 26" dirigidos a la audiencia juvenil. El 100 % de los jóvenes encuestados son capaces de hablar con argumentos de las características de los programas socioeducativos de la emisora Radio 26 dirigidos a la audiencia juvenil. No obstante de los 15 encuestados 8 para un 53 % refieren escuchar con frecuencia programas como: Dial Joven y, Tiempo A.

Se ha de significar que como resultado de la aplicación de la estrategia educativa se reconoce el impacto que causó. El 100% de los jóvenes se reconocen como colaboradores de la emisora y disponen de la posibilidad de participar en espacios de intercambio (los talleres) promueven los temas y el tipo de programas que interesa a los de su edad y sienten mucha satisfacción en ello

El 100% de los participantes valoró como muy positivo por las ideas y argumentos expuestos antes y durante la creación del espacio interactivo “Mi radio y yo” con los temas que ellos han propuesto, puesto que del tratamiento de los mismos refieren que:

La aceptación del espacio ha sobrepasado el entusiasmo y las expectativas.

Los jóvenes plantearon que estas acciones provocaron la estimulación para auto reflexionar, conocerse, valorarse, teniendo autonomía y decisión propia, favoreciendo el autoaprendizaje y la autoeducación.

Consideran que lo más importante es que, sin ofrecer recetas, tocan temas que no son comunes pero absolutamente necesarios en el contexto actual en que se vive y esto ha incidido en que muchos de sus compañeros y amigos escuchan el programa; de singular importancia resulta que el espacio no se circunscribe a la radio sino que se desarrolla en otros escenarios, como escuelas y comunidades e instituciones culturales del municipio.

Los jóvenes de la muestra manifestaron su interés y motivación por las acciones y actividades implementadas y se comportaron de acuerdo con lo que se les solicitaba; es muy prematuro hablar de otro resultado teniendo en cuenta que la transformación depende de muchos factores.

No obstante, se reconoce que los intercambios fueron favorecedores y alentadores. Se mostraron complacidos en el intercambio y en la atención brindada a las temáticas de interés propuestas por ellos.

El proceso de diagnóstico sistemático y continuo realizado como parte de la estrategia educativa permitió orientar a los directivos y especialistas hacia el desarrollo de la creatividad y de una mejor preparación. Los resultados de la aplicación de las acciones evidencian la interrelación en las direcciones, etapas y acciones de la estrategia, las cuales contribuyen a la adquisición de conocimiento, fortalecimiento de valores, y la conformación del gusto estético en los jóvenes

### **Conclusiones del capítulo**

La determinación de dimensiones e indicadores en la definición principal aportada por esta investigación permitió aplicación de métodos del nivel empírico para

diagnosticar el estado inicial de la audiencia juvenil a programas socioeducativos de la emisora

“Radio 26”, lo que reveló potencialidades e insuficiencias. Se elaboró una estrategia educativa que contribuya a elevar el nivel de audiencia juvenil a programas socioeducativos de la emisora “Radio 26”. La misma se distingue por su carácter flexible y contextualizado. La aplicación de la estrategia educativa propuesta permitió que se valoraran los resultados obtenidos constatando transformaciones que evidencian su factibilidad y efectividad.

## **CONCLUSIONES**

El estudio realizado por el autor reveló los nexos interdisciplinarios que favorecen la formación humanista y la conformación del gusto estético de los jóvenes como audiencia juvenil a los programas radiales socioeducativos, sustentado en los referentes teóricos de la comunicación y las particularidades

de la audiencia a programas radiales a fin de potenciar las oportunidades de contar en el contexto matancero con una emisora radial que trabaja para el público joven.

La determinación de las dimensiones e indicadores de la definición de desarrollo de la audiencia juvenil de los programas educativos de “Radio 26” sirvió de sustento para el desarrollo de un diagnóstico a los agentes que intervienen en el proceso investigado. La aplicación de diferentes instrumentos aportó una información significativa para el conocimiento del objeto y la modelación de una estrategia para dar respuesta al problema planteado.

La estrategia diseñada revela su carácter educativo que concretaron sus acciones en etapas y posibilitaron controlar la presencia de los indicadores, encaminado a la transformación de la audiencia juvenil a los programas socioeducativos de Radio 26.

La aplicación práctica de la etapa, y el criterio de radioyentes muestran la pertinencia de contar con una estrategia educativa que potencia las oportunidades en aras del conocimiento y la apreciación para la conformación del gusto estético de los jóvenes representados en estudiantes de la Facultad Obrero Campesina

“Julio Antonio Mella” del Consejo Popular Matanzas Este del municipio Matanzas.

## **RECOMENDACIONES**

- Proponer a la dirección de la Emisora “Radio 26” y al Departamento de Programación que se incluyan en el plan o programa de superación con

de directivos y especialistas de esta institución acciones que permitan socializar la estrategia educativa diseñada.

- Continuar trabajando líneas de investigación que promuevan, desde una perspectiva educativa, elevar la audiencia radial por cada sector de la población en la conformación del gusto estético.
- Extender las acciones de la estrategia propuesta a otras emisoras radiales del territorio matancero en tanto la flexibilidad como calidad permite su adecuación y contextualización.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Addine Fernández F. (1997). Didáctica y Currículo: Análisis de una experiencia. Editorial Asesores Bioestad. Potosí. 250 p.
- Adell, J. y Sales, A. (1999) “Enseñanza on-line: elementos para la definición del rol del profesor”. Kronos.
- Albarran, A. y otros, (2015) “What happened to our audience? Radio and new technologies uses and gratifications among young adult users”, Journal of Radio & Audio Media, vol. 14, nº 2, 2013, pp. 92-
- \_\_\_\_\_ (2007) “What happened to our audience? Radio and new technologies uses and gratifications among young adult users”, Journal of Radio & Audio Media, vol. 14, nº 2, pp. 92-10
- Almazán S. y Serra, M. (2006). Cultura Cubana siglo XX I. La Habana: Editorial Félix Varela. 223. p.
- Aparici, R. (1993): “La revolución de los medios audiovisuales”. Ediciones la Torre. Madrid.
- Arbitron y Jacobs (2008).Media, The Bedroom Project. How young Americans Use, Consume and Intereact with Technology and Media,  
<http://www.thebedroomprojectstudy.com>,
- Asociación para la investigación de medios de comunicación (AIMC), (2010) En: de los medios, AIMC, Madrid, <http://www.aimc.es/Internet-en-medios.de-losmedios-.html>, 13-12-2010.
- Azinian Herminia. (2009). Las Tecnologías de la información y la Comunicación en las prácticas pedagógicas. Ediciones Novedades Educativas.
- Báez, M. (2005). Hacia una comunicación más eficaz. La Habana: Pueblo y Educación
- Ballesta, J. (2000): “Los medios de comunicación en la sociedad actual”. Universidad de Murcia.

- \_\_\_\_\_ y Guardiola P (2001). "Escuela, familia y medios de comunicación. Universidad de Murcia.
- Baxter, E. (2000) ¿Promueves o facilitas la comunicación entre tus alumnos? La Habana: Pueblo y Educación.
- Bernal Treviño, A. I., (2009) Los nuevos medios de comunicación y los jóvenes. Aproximación a un modelo ideal del medio, Editions, Bruselas
- Berry, R. (2006) "Will the iPod kill the Radio Star? Profiling Podcasting as Radio", *Convergence: The international Journal of Research into the New Media Technologies*, vol. 12, nº 2, pp. 143-162, <http://con.sagepub.com/cgi/content/abstract/12/2/143>, julio 2018.
- Cassany, D; Luna, M; Sanz, G. (1994) Enseñar lengua. Barcelona: Grao.
- Castaño, C. (1994): "Análisis y evaluación de las actitudes de los profesores hacia los medios de enseñanza". Universidad del País Vasco. Bilbao
- Castro Ruz, F. (2006). Palabras a los intelectuales. En Almazán S. y Serra Mariana. (Comp.) *Cultura Cubana. Siglo XX II*. La Habana: Editorial Félix Varela p. 3-30
- \_\_\_\_\_ (2013). En la rendición de cuentas del Ministerio de Cultura ante la Asamblea Nacional (pág. 355). PCC, Departamento de Orientación Revolucionaria del Comité Central: Memorias. La Habana.
- Chen, J. y Ravallón, M. (2014). *Competing Concepts of Inequality in the Globalization Debats*, World Bank Policy Research Working Paper 3243.
- Chibás Ortiz, F. (2001). Cambio organizacional en la cultura. Necesidad y posibilidad. En *Creatividad y Cultura. Incógnitas y respuestas*. La Habana: Editorial Pueblo y Educación. p. 12-25.
- Coll, C; Martín, E; Mauri, T; Miras, y otros. (2007). "El constructivismo en el aula". Editorial GRAO. Barcelona.
- Constitución de la República de Cuba. La Habana (2019). Editora Política.
- Corominas, A. (1994): "La comunicación audiovisual y su integración en el currículo". Graó-ICE. Barcelona

- D'angelo, O. (2002). Cuba y los retos de la complejidad, subjetividad social y desarrollo. Revista Temas. Colombia: QuebecorWorld. S.A.: ISSN-0864-134 X. Número 28. (Nueva Época). enero-marzo. p. 90-105.
- De la Torre C. (2002). Caracterización psicológica en la identidad del cubano. p. 39.
- Delgado Torres, A. N. (2001). El discurso filosófico y la identidad. En Guadarrama González, P. y Suárez Gómez, C. (Comp.). Filosofía y Sociedad II. La Habana: Editorial Félix Varela. p. 531-543.
- Domínguez I. (2013). Lenguaje y comunicación. La Habana Editorial Pueblo y Educación.
- \_\_\_\_\_ (2010). Comunicación y texto. La Habana: Editorial Pueblo y Educación.
- European Broadcasting Union (EBU)-SIS, Public Youth Radio in Europe, EstrategicInformations Service of EBU, Geneva.
- Ferguson, D; Greer, C; y Reardon, M. (2010). "Uses and gratifications of MP3 players by college students: are iPods more popular than Radio?" Journal of Radio & Audio Media, vol. 14, nº 2, 2007, pp. 102-121.
- Funk, J.B. (1993): "Reevaluating the impact of Video Games." ClinicalPediatrics32 (2, Feb): 86-90. PS 521 243)
- García Caballero, A. (2017). La enseñanza-aprendizaje del análisis del discurso para el desarrollo de la competencia analítico-discursiva de la carrera Licenciatura en Educación Español-Literatura. Tesis en opción al grado científico Dr. En Ciencias Pedagógicas. Universidad de Matanzas.
- García Canclini,N.(2016) Por qué legislar sobre industrias culturales. Buenos Aires: Paidós.
- García, Á M. & Fierro, B. M. (2015). La enseñanza del análisis de textos para el desarrollo de la competencia analítico-textual. En Revista Electrónica Avanzada Científica del Centro de Información y Gestión Tecnológica de Matanzas. Vol. 8. No 2.

- González Castro, V. (1999) Profesión: Comunicador. La Habana, Editorial Pablo de la Torriente.
- González Rey, F. (1995) Comunicación, Personalidad y Desarrollo. La Habana. Ed, Pueblo y Educación.
- González, V. (1989) Profesión: Comunicador. La Habana, Editorial Pablo de la Torriente. Hernández Alayón, L. (2015). Estrategia Educativa para el desarrollo de la cualidad de Promotor Cultural. Tesis en opción al Título de Master en Ciencias de la Educación Superior. Ciego de Ávila.
- Hernández Pardo, H. (1991). Análisis de información internacional y medios de difusión. -- La Habana: Ed. Pueblo y Educación.
- Hudec, V. (1988) El periodismo: Esencia, Funciones Sociales, Desarrollo. -- Santiago de Cuba: Ed. Oriente.
- Jenkins, H. (2008) Convergence Cultura. La cultura de la convergència de los medios de comunicación, Paidós, Barcelona.
- Linares Herrera M, P y Santovenia Díaz, J R. (2012) Comunicar. Buenas Prácticas: comunicar e informar. La Habana. Academia.
- Litwin, E. (2015) Comp. "Tecnología educativa. Políticas, historias, propuestas". Buenos Aires: Ed. Paidós, 1ª reimpresión.
- Lomas C, Osorio, A. & Tusón A. (1992). Ciencias del lenguaje, competencia comunicativa y enseñanza de la lengua. En Revista Signos Teoría y práctica de la educación. Año 3. No 7.
- Manual de Control de la Calidad. (2004) Programación Radial. Dirección de Control y planeamiento. Radio cubana, Pág. 12.
- Mañalich, R. (2005). Didáctica de las Humanidades. Selección de textos. La Habana: Pueblo y Educación.
- \_\_\_\_\_ (1999): Taller de la palabra., Editorial. Pueblo y Educación. La Habana
- Martí, J. M. y MONCLÚS, B. (coords.) (2010), Informe sobre la Ràdio a Catalunya 2009, Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, pp. 85-98.

- \_\_\_\_\_ (1997) "Music Radio 2.0 Construction within the society frame work. The way youth are transforming the convencional music format", Il Mcquial. En Introducción a la teoría de la comunicación de masas Editora SA Eunsa. Universidad de Navarra.
- Martí, J. M., Gutiérrez, M. R., Xavier, Monclús, B. y Martínez, L., (2010) "La crisi del consumradiofònic juvenil a Catalunya", *Quaderns del CAC*, nº 34, vol. XIII (1), pp. 67-77
- Martínez M.P. (2002). Información radiofónica. Editorial Ariel comunicación.
- Martínez, L. (2010). "La crisi del consumradiofònic juvenil a Catalunya", pp. 67-77 *Quaderns del CAC*, nº 34, vol. XIII (1)
- Mendoza, Portales, L. (2005) Formación humanista e interdisciplinariedad: hacia una determinación categorial. En: Didáctica de las Humanidades. Selección de textos. Rosario Mañalich y coautores. La Habana: Pueblo y Educación.
- Merayo, A. (2007) La radio en Iberoamérica evolución, diagnóstico, prospectiva autor. Editorial comunicación social.
- Monal, I. (2011). Identidad: entre inercia y dinámica. El acecho de la razón identitaria pura. En Guadarrama González, P. y Suárez Gómez, C. (Comp.) *Filosofía y Sociedad II*. La Habana: Editorial Félix Varela. p. 544-557.
- Montaño, J. R. (2011). La enseñanza-aprendizaje de las humanidades en el siglo XXI: Retos y perspectivas Curso 74. La Habana: Sello Editor Educación Cubana. Ministerio de Educación.
- Montoya Ch, A. y Villa Betancur, L. (2006). Radio escolar Una onda juvenil para una comunicación participativa Editorial paulinas.
- Morales López, E. (1995). Buscando la neutralidad: un análisis de dos entrevistas radiofónicas. p. 137 - 151. -- En *Lingüística Española Actual*. -- XVII / 1. -- Madrid: Ed. Arco/ Libros.
- Moreno Friginaldo, D. (1976). De la cultura popular y su contenido. La Habana: Editorial Centro de Investigaciones y Desarrollo de la Cultura Cubana "Juan Marinello"

- Moya Padilla, N. (2001). La identidad cultural en el contexto actual. En Guadarrama González, P. y Suárez Gómez, C. (Comp.) Filosofía y Sociedad II. La Habana: Editorial. Félix Varela.
- Nightingale , Virginia (1999) Reseñas: El estudio de audiencias. Barcelona
- OFCOM, CommunicationsMarketReport, Ofcom, London, (2010) en:  
<http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/marketdata/communications-market-reports/>
- Ojalvo V, y colectivo de autores. (2005) Comunicación Educativa. La Habana: CEPES.
- Ojalvo, V. (1995). La Educación como proceso de interacción y comunicación. Pedagogía 95: Curso de superación. La Habana. Instituto Latinoamericano y Caribe
- \_\_\_\_\_ (1999). ¿Cómo hacer más efectiva la comunicación? Ciudad de la Habana
- Partido Comunista de Cuba (2017) Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución para el periodo 2016-2021. 7mo Congreso. Pág 107- 110.
- Peña Rangel A. M. (2012) Identidad matancera: su entorno geográfico, urbanístico y arquitectónico. Anuario de Investigaciones culturales No. 2. Matanzas: Ediciones Matanzas
- Pérez Roque, M. (2015) Acciones para captar audiencia. Director de radio “Taíno”. Tomado de. [www.radiotaino.cubasi.cu](http://www.radiotaino.cubasi.cu), email:[pperez@rtaino.icrt.cu](mailto:pperez@rtaino.icrt.cu)
- Pérez Serrano Elsie A (1999). Compendio de estrategias y técnicas para el desarrollo de la competencia comunicativa en directivos y docentes p 84
- Pogolotti, G. (1984). Quitarnos la cultura es quitarnos el alma. En Revista Revolución y Cultura. La Habana. Número 3, p.12-17.
- \_\_\_\_\_ (2017) Para un diálogo productivo entre lo abstracto y lo concreto. Pág. 3 Periódico Granma. 15 de mayo 2017. Cuba.

- Postman, N. (1994): "Tecnópolis. La rendición de la cultura a la tecnología". Círculo de Lectores. Madrid.
- Prieto Jiménez, A, (2003) En La cultura: modelo de resistencia, de Liset García. *Bohemia*. Año 95. No. 23 (pág. 61
- Proyecto de Manual Metodológico. La investigación Social en la Radio y la Televisión, 2008.
- Puig, J, M, (1995), Aprender a dialogar. Actividades para la toma de conciencia de las habilidades para el diálogo. Editorial Aique Bs As, p 1-4
- Ramos Serpa, G. (2001). Arte, hombre y sociedad. En Guadarrama González, P. y Suárez Gómez, C. (Comp.). Filosofía y Sociedad II. La Habana: Editorial Félix Varela. p. 486-513.
- Rodríguez Castillo, M. A. 2006 La estrategia como resultado científico de la investigación educativa. Universidad pedagógica "Félix Varela "Centro de Ciencias e Investigación Pedagógica.
- Rodríguez Cruz, Francisco (2003) En La cultura, base de la resistencia y el desarrollo, por Francisco Rodríguez Cruz. En Trabajadores, (pág. 16).
- Romero Águila, Y; Collado Sánchez, N, Hernández Barrios, L (2015) La radio en la orientación profesional pedagógica. La Habana: Asociación de Pedagogos de Cuba
- Roméu A. (2013). Contribución a la Didáctica de la lengua española y la literatura a otras didácticas particulares. En A. M. Abello y J. R. Montaña. (comp.). Leer y escribir en la Universidad. Imperativo para elevar la calidad de la formación de maestros y profesores. Memorias I Seminario Científico Nacional. La Habana. Sello Editor Educación Cubana.
- Roméu Escobar A. (comp). (2007). El enfoque cognitivo, comunicativo y sociocultural en la enseñanza del español y la literatura. La Habana, Ed. Pueblo y Educación
- Rosenfeld, G. (1964): *Therieund Proxis dar larnmotivation* (Teoría y Práctica de la motivación para el aprendizaje), Berlín.

- Rossental, M Y Judin. H. (1982): Diccionario filosófico. Editorial Política. La Habana. P: 332.
- Teun A. Van Dijk(1980). Estructuras y funciones del discurso. México: Ed. S. XXI
- Torres Fernández Paul A (2016). Acerca de los enfoques cuantitativos y cualitativos en la investigación educativa cubana actual. Págs. 1-15. Atenas 2(34), [www.atenas.mes.cu](http://www.atenas.mes.cu)
- Trilla, J. y Palma López, F. (2005). La educación fuera de la escuela. Editorial Ariel Educación. Radio Nikosia. “voces que hablan desde la locura”. Cuadernos de Pedagogía. N 344 marzo.
- Shukina G.I. (1979). “Teoría y Metodología de la Educación Comunista en la Escuela”. Editorial Pueblo y educación.
- Tobón Lindo M. I.; Gómez Arbeláez M. C. Falcón Tome M.C. Sánchez Bedoya J. R. “La Formación Docente al incorporar las TIC en los procesos de enseñanza y aprendizaje”. Rosas Ricardo, S. C. (2008). “Piaget, Vygotsky, Maturana, constructivismo a tres voces”. Psicología cognitiva y educación. Editorial AIQUE. Año de publicación Argentina 128
- Torres, P (2012). El tratamiento de la confirmación práctica en las investigaciones pedagógicas nacionales actuales. ¿Cómo andan las cosas? Ciencias Pedagógicas. (2). (Recuperado de <http://www.cienciaspedagogicas.rimed.cu>
- Trinidad, López, X. y Pereira, X. (2008) Alternativas en los medios de comunicación digitales, Gedisa, Barcelona, pp. 123-175.
- Universidad Central de Venezuela (2016) Los medios de comunicación social. Material mimeografiado: Editorial Universitaria.
- Valle, A. (2010). Algunos resultados científico-pedagógicos; Vías para su obtención, La Habana (Material digitalizado).
- Van Dijk, T A (1980). Algunas notas sobre la ideología y la teoría del discurso. Semiosis (Universidad Veracruzana, Xalapa, México), nº 5, julio-diciembre, pp. 37.

- \_\_\_\_\_ (1977). Context and Cognition. Knowledge frames and speech act comprehension. *Journal of Pragmatics* 1, 211-232.
- Velásquez, C. M. (2005) Radio y Responsabilidad Social, *Revista Palabra Clave*, No 11, Universidad de La Sabana, Facultad de Comunicación Social y Periodismo, Bogotá.
- Vigotsky, L, S (1998). *Pensamiento y lenguaje*. La Habana. Instituto Cubano del Libro.
- Vila I. (2005). La participación del emisor y receptor en la actividad de reflexión sobre los usos lingüísticos. *Hablar en clase*. España, Laboratorio Educativo.

## **ANEXOS**

### **Anexo 1**

#### **Elementos relacionados con cada tipo de programa radial.**

- Programas escenificados o dramatizados: son aquellos que, de manera escenificada, original o adaptada para la radio, narran mediante personajes un tipo de programa radial un conflicto, recreando ambientes y escenarios sonoros, donde se emplean todos los elementos que componen el sonido del mundo radiofónico, que recrean hechos reales o de ficción.

Es indispensable poseer un buen guion, realizar una adaptación que resulte interesante, por lo que la selección de la obra es muy cuidadosa, donde se recreen ambientes y escenarios sonoros teniendo en cuenta la época en que se escribió.

La música se ubica en función de las dramatizaciones, es importante mantener el ritmo de la escena con una sonoridad agradable al joven cubano. La construcción de los personajes tiene que ser rica en matices, creatividad,

educadora y sugerente, utilizando un vocabulario adecuado. Por lo que un cuento bien realizado es didáctico e instructivo.

- Programas informativos: ofrecen de manera explicativa todo tipo de hechos, acontecimientos, teorías y previsiones de la sociedad, la naturaleza y las ideas mediante la comunicación de mensajes de carácter periodístico.

Es significativo lograr buenas transiciones (spot) en cuanto la estructura de participación de corresponsales, la variedad de voces y el ritmo adecuado para la exposición manteniendo la fluidez de los locutores.

La estructura o el diseño de guion se indica que sea apropiado a partir del género y el contenido. La presentación del programa es importante que sea atractiva y preferentemente cubana. Los locutores mantendrán un timbre radiofónico, por lo que si hay que prevenir qué voz se va a utilizar.

La música de fondo de las informaciones presenta un volumen bajo. Es importante conservar los requisitos del reportaje la opinión personal, la entrevista del testigo, el apoyo musical manteniendo una factura relevante.

- Programas variados: son aquellos en los que es importante la existencia de forma armoniosa de elementos formales y de contenido variados. Contribuyen a ampliar el conocimiento de las personas a través del entretenimiento, la reflexión, la diversión y el disfrute. Puede presentar varias secciones con propaganda directa, carteleras, instituciones, efemérides, concursos, eventos, promociones, así como difundir los valores del país.
- Programas de música: son aquellos cuyo contenido fundamental es la música, no solo la difusión de obras, sino todo tipo de información sobre ellas, que incluye tanto la formación y la orientación como el disfrute y el entretenimiento. Incluye piezas de valor universal y foráneo, tanto clásica como popular, sin distinción de épocas (vocales, instrumentales o vocal-instrumental), interpretadas por jóvenes o adultos.

## **Anexo 2**

Revisión de documentos

Objetivo: Constatar las exigencias para la concepción de programas radiales.

Documentos revisados:

- Manual de Control de la Calidad
- Indicaciones para el trabajo del departamento metodológico de las emisoras radiales.

Aspectos a valorar:

- Exigencias de la radio como medio de comunicación.
- Correspondencia entre finalidad de los programas y exigencias para cada tipo de programa.
- Exigencias para el seguimiento y control de la calidad de los programas radiales.

### **Anexo 3**

Entrevista abierta a directivos generales de la emisora, Radio26”.

Objetivo: Obtener información sobre el seguimiento a la audiencia de programas socioeducativos de la emisora, “Radio 26.

Cuestionario:

1- ¿Considera que la insuficiente audiencia juvenil a los programas socioeducativos se reconoce como uno de los problemas en que la entidad puede trabajar más?

2-¿Qué acciones se diseñan desde la emisora “Radio26” para captar audiencia a programas socioeducativos para jóvenes? ¿Hasta qué punto se involucran directamente los equipos de realización de cada programa?

### **Anexo 4**

Entrevista a directores de programas socioeducativos juveniles de la emisora, “Radio26”.

Objetivo: Obtener información sobre el seguimiento a la audiencia de programas socioeducativos de la emisora, “Radio26”, a partir de la concepción de estos programas por su colectivo de realización.

1-Qué valoración hace del nivel de audiencia a programas socioeducativos que usted dirige.

2-Considera que los jóvenes de hoy disfrutan de estos programas socioeducativos .Porque.

3-Considera usted que la insuficiente audiencia juvenil es uno de los problemas a atender por el colectivo de realización del programa.



2-De los programas radiales de la emisora, "Radio 26" diga cuales ha escuchado.

\_\_\_ Tiempo A

\_\_\_ El familión

\_\_\_ Disco Atenas

\_\_\_ Carrusel de fantasía

\_\_\_ Siempre Joven

\_\_\_ Dial joven

\_\_\_ Te doy una canción

\_\_\_ Sábado PM

\_\_\_ En la Radio

\_\_\_ Para tener en cuenta

a) Diga con qué frecuencia. \_\_\_ diaria \_\_\_ semanal \_\_\_ ocasional

b) Menciona de ellos cuales tienen un carácter socioeducativo.

---

c) Selecciona cuales son las razones que consideras la aportan el carácter socioeducativo para jóvenes.

\_\_\_ Abordan temas sociales.

\_\_\_ Proporcionan experiencias de aprendizaje.

\_\_\_ Favorecen la selección, audición, conocimiento y/o debate sobre contenidos de significación personal, social, económica, política de carácter nacional, regional e internacional.

\_\_\_ Estimulan la comparación de ideas y opiniones.

3-Marca con una x las causas por las cuales escuchas algunos de los programas socioeducativos de la emisora, "Radio 26".

\_\_\_ Me identifico con los temas que abordan.

\_\_\_ Me gusta la música que ponen.

\_\_\_ Me agrada la voz del locutor o locutora

\_\_\_ Me entretiene

\_\_\_ Me instruye

4-Marca con una x las causas por las cuales no escuchas algunos de los programas socioeducativos de la emisora provincial, "Radio 26".

\_\_\_ No los entiendo

\_\_\_ No me gustan

\_\_\_ Me aburren

\_\_\_ No los conozco

\_\_\_ Realizo otras actividades

\_\_\_ No conozco los horarios

5- ¿Considera necesario plantear otro elemento que complemente la información que le solicitamos por la vía de este instrumento? Sí\_\_\_ No\_\_\_ ¿Cuál?

---

## **Anexo 6**

Entrevista a los directivos

Objetivo: Obtener información sobre la preparación de los directivos de programas socioeducativos de Emisora "Radio 26"

Cuestionario

- ¿Cómo valora el nivel de preparación para la concepción de los programas socioeducativos que dirige a los jóvenes?
- ¿Qué elementos tiene en cuenta para elevar la audiencia a los programas socioeducativos que dirige?

## **Anexo 7**

Encuesta a los jóvenes

Objetivo: Constatar información sobre la disposición de los jóvenes a la escucha de programas socioeducativos de la Emisora "Radio 26" Consigna:

Estimado joven, en el marco de la investigación que se desarrolla sobre los niveles de audiencia juvenil a programas socioeducativos de la Emisora "Radio 26"; se solicita su colaboración con el llenado de este instrumento. Confiamos en la seriedad con que asuma el llenado del mismo.

Muchas Gracias Cuestionario:

1- De los programas radiales de la emisora, "Radio 26" que escuchas diga cuales tienen un carácter socioeducativo

Tiempo A

El familión

Disco Atenas

Carrusel de fantasía

Siempre Joven

Dial joven

Te doy una canción

Sábado PM

En la Radio

Para tener en cuenta

---

2- Diga con qué frecuencia lo escuchas.  diaria  semanal  ocasional

3- Marca con una x las causas por las cuales escuchas algunos de los programas socioeducativos de la emisora, "Radio 26".

Me identifico con los temas que abordan.

Me gusta la música que ponen.

Me agrada la voz del locutor o locutora

Me entretiene

Me instruye

4- ¿Participar de las acciones de la estrategia educativa propuesta incidió en la actitud asumida ante los programas radiales socioeducativos de la "Emisora Radio

26"? \_\_\_\_ Si \_\_\_\_ No

