

Datos Generales

Proyecto	Influencia de los mensajes radiales de FM en el comportamiento de los adolescentes en Barranquilla.		
Estado	INACTIVO		
Semillero	ÁREA DE BROCA		
Área del Proyecto	Ciencias Humanas	Subárea del Proyecto	Trabajo Social
Tipo de Proyecto	Proyecto de Investigación	Subtipo de Proyecto	Investigación en Curso
Grado	VII Semestr	Programa Académico	Dirección y Producción de Radio y Televisión
Email	robinjib@hotmail.com	Teléfono	301777735

Información específica

Introducción

Para el desarrollo de la ponencia bases teóricas para el estudio de la influencia de los adolescentes en Barranquilla es importante determinar el curso o postura filosófica, es por ello que los investigadores deciden pararse para así tener una postura funcionalista de funcionamiento de los medios de comunicación social y fortalecer esa decisión con interpretación crítica de los mismos.

Planteamiento

¿Cómo se concibe la fundamentación teórica de la investigación Influencia de los mensajes radiales en el comportamiento de los adolescentes de Barranquilla?. En primer lugar, se analizan las características socioeconómicas de la ciudad: Barranquilla, Distrito Industrial, Comercial y Portuario, ofrece los siguientes indicadores[1]: un Índice de Necesidades básicas Insatisfechas del 9% del total de hogares. La mayor parte de sus actividades económicas se relacionan con servicios y comercio. A Enero de 2009, el desempleo bordea el 10% de la población activa. Los hogares están conformados entre cuatro y cinco personas por promedio. Más del 74% de niños de 12 a 17 años asisten al colegio. La población entre 18 y 24 años representan máximo el 26.5% Descripción de la situación problemática que soporta al estudio, además de la relevancia, pertinencia e impacto del proyecto de investigación.

Objetivo General

Objetivos Específicos

Establecer las bases teóricas de la influencia de la radio de FM en el comportamiento de los adolescentes en Barranquilla. Identificar los tipos de comportamientos que los mensajes radiales de emisoras FM pueden generar en los adolescentes de Barranquilla

Referente

El marco teórico de la investigación gira alrededor de dos enfoques: un enfoque funcionalista, inicial, que asume la observación como punto de partida para aproximarse a la realidad; este enfoque reconoce el papel de la radio en el sostenimiento del status quo; considera el papel del lenguaje en la transformación social; la influencia del grupo social en la interpretación de los mensajes; convive con otros paradigmas sin radicalismos empíricos. Un enfoque crítico posterior, que considera a los medios como hegemónicos, capaces de estandarizar los gustos de sus audiencias e impulsar nuevos códigos y expresiones del lenguaje; a los adolescentes, como un grupo social usualmente excluido, incomprendidos por otras generaciones

Metodología

La metodología para establecer las bases teóricas de la ponencia se basa en tres categorías fundamentales , la primera sobre todo lo concerniente a la adolescencia, lo segundo es sobre el consumo radial y la tercera es sobre análisis de casos de irresponsabilidad radial

Resultados Esperados

Los resultados que se esperan de la ponencia bases teóricas para el estudio de la influencia de la radio de FM en el comportamiento de los adolescentes en Barranquilla es la socialización de ella frente a la comunidad científica del país. Y fomentar el fortalecimiento del semillero de investigación del grupo área de broca como proceso de formación de nuevos

Conclusiones

Ø Enfoque funcionalista:Ø Los mass media ejercen influencia sobre las audiencias.Ø No obstante, dichas influencias no pueden ser determinadas con exactitud.Ø El grupo social tamiza (filtra) el efecto del mensaje en el individuo.Ø Se prioriza la observación y la experiencia.Ø Su interés está en la conducta y el comportamiento.Ø Es válido estudiar el comportamiento del grupo social.Ø Aceptan la alienación como fenómeno que se desprende del consumismo.Ø La postura funcionalista es compatible con otros paradigmas.Ø Lazarsfeld, Shanon, Merton, Schramm.Ø Enfoque Crítico:Ø Los medios masivos dominan (a través de filtros) y manipulan (las agendas) y estandarizan los gustos de sus audiencias.Ø Los medios impulsan nuevos códigos y expresiones del lenguaje.Ø Los medios impulsan nuevas formas de relación social.Ø la falta de identidad cultural se evidencia en la aparición de tribus urbanas, compuestas por jóvenes principalmente.Ø Los jóvenes tiene especial empatía hacia la tecnología.Ø Los jóvenes tiene problemas de comunicación con otras generaciones.Ø El carácter consumista de los medios masivos de comunicación determina el diseño de los mensajes y el detrimento cultural.Ø Los medios de comunicación masiva promueven imaginarios y mitos.Ø Las acciones humanas están determinadas por las condiciones socioeconómicas y culturales de cada individuo.Ø Barbero, Canclini, Ford, Wolf, Rincón, Velásquez, otros.

Bibliografía

1. SALADRIGAS, Medina, Hilda. Comunicación organizacional: Matrices teóricas y enfoques comunicativos. Revista Latina de Comunicación Social 60 Julio - Diciembre de 2005. Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social. Universidad de La Laguna (Tenerife, Canarias). Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820 - Año VIII - II época. Página 4.2. [1] *Ibíd.*, pág. 5.3. MENDEZ Rubio, Antonio. Perspectivas sobre comunicación y sociedad. Universidad de Valencia Editores. 2004. ISBN 84-370-5854-6, págs. 17, 19, 44, 45, 47, 48, 49, .4. HABERMAS, Jurgen. Teoría de la acción comunicativa. Ed. Taurus, 1999. 1ª. edición. Madrid. Pág. 10, 115. BARTOLI, Annie. "Comunicación y organización: la organización comunicante y la comunicación organizada". Editorial Paidós. México. 1991.6. EGIDOS, Dionisio; PAEZ, Lilian. Comunicación en instituciones y organizaciones: una aproximación teórico-analítica a su diversidad conceptual. Revista Latina de Comunicación Social 35 - Nov. 2000. Editor: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social. Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820. Tenerife, Canarias; España.7. RODRIGO, Miguel. Modelos de Comunicación. Portal de la Comunicación. Incom. UMB. Universidad Autónoma de Barcelona. http://www.portalcomunicacion.com/esp/pdf/aab_lec/20.pdf. pág. 4, 6.8. BARBERO, Jesús Martín. Oficio de cartógrafo. Fondo de cultura económica. México, 2003. págs. 19, 20 32, 33, 48, 49, 231, 234, 284, 289, 293, 257 .9. FORD, Aníbal. La marca de la bestia. Ed. Norma. Bogotá, 2001. pág. 27, 28, 29, 32, 33, 37, 39, 46, 47, 50, 51, 52, 53, 54, 64, 97.10. WOLF, Mauro. La investigación de la comunicación de masas. Ed. Paidós, Barcelona. 1996. págs. 163, 205 y 206. 11. Mesa redonda sobre comunicación y desarrollo organizada por IPAZ. Lima,1996.12. Publicación de la Revista Sociedad de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, 1992. 13. RINCON, Omar. Narrativas mediáticas. Editorial Gedisa. Barcelona, 2006. pág. 10, 18, 33, 41, 44, 45, 51, 155, 156, 157, 158, 159, 160.14. SCHOCLER, Héctor, 1997: "Memoria de la comunicación". Buenos Aires, Ed. Biblos pág, 130.15. [1] *Ibíd.* Pág. 63 Y 113.16. VALDERRAMA, Jairo Enrique; VELAZQUEZ, Cesar Mauricio. Artículo: Radio y Responsabilidad Social en Colombia. Palabra Clave No. 11. ISSN: 0122-8285. Unisabana, 2004. pág. 11, 13, 18, 32, 33, 34, 41.17. GOMEZ Mejía, Gabriel; QUINTERO Velásquez, Juan. Diagnóstico del servicio de radiodifusión de interés público. Mincomunicaciones. Bogotá, 2002. en VALDERRAMA, Jairo Enrique; VELAZQUEZ, Cesar Mauricio. Artículo: Radio y Responsabilidad Social en Colombia. Palabra Clave No. 11. ISSN: 0122-8285. Unisabana, 2004. pág. 13.18. YOUNG et al. En VALDERRAMA, Jairo Enrique; VELAZQUEZ, Cesar Mauricio. *Ibíd.* pág. 17.OMS. A Picture of Health. Ginebra. 1995. En SCHUTT-AINE, J. y MADDALENO, M. Salud sexual y desarrollo de adolescentes y jóvenes en las Américas: Implicaciones en programas y políticas. Washington, DC: OPS, 2003. p

Integrantes

Documento	Tipo	Nombre	Email
72135394	AUTOR	ROBIN ALBERTO JIMENEZ BATISITA	robinjib@hotmail.com
72135394	PONENTE	ROBIN ALBERTO JIMENEZ BATISITA	robinjib@hotmail.com

Instituciones

NIT	Institución
8901025729	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL CARIBE