

LA RADIO, UN MEDIO DE PROMOCIÓN DE ACTITUDES POSITIVAS COMO
ESTRATEGIA DE CONSTRUCCIÓN SOCIAL

INTEGRANTES:

KELLY JOHANNA HERRERA CHINCHILLA

YULI LORENA LOZANO MALDONADO

SANDY YULIANA MOLINA GARCÍA



UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
VILLA DEL ROSARIO

2018

LA RADIO, UN MEDIO DE PROMOCIÓN DE ACTITUDES POSITIVAS COMO
ESTRATEGIA DE CONSTRUCCIÓN SOCIAL

INTEGRANTES:

KELLY JOHANNA HERRERA CHINCHILLA

YULI LORENA LOZANO MALDONADO

SANDY JULIANA MOLINA GARCÍA

*Proyecto de Trabajo de Grado presentado como prerrequisito para optar título de
Comunicadoras Sociales*

C.s M.Sc DIANA MYLENA JAIMES PARADA

TUTORA



FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

VILLA DEL ROSARIO

2018

Resumen

Este proyecto trabajó en la producción de piezas comunicativas que promueven actitudes positivas frente a situaciones cotidianas en las que habitualmente abundan las tensiones y las crisis. Ello partiendo de la idea que desde la comunicación es posible implementar acciones que aporten al cambio social, visto desde un enfoque de desarrollo humano que parte de la importancia del mejoramiento continuo de las personas; es decir cambiar la manera de ver las cosas y a su vez introducir nuevas formas de interacción con quienes los rodean.

En este escenario se concretó la creación de una campaña radial con el fin de promover cambios a los pensamientos negativos y a su vez contribuir al bienestar y el mejoramiento de las condiciones de vida de cada uno de los individuos. Ello, mediante la generación conciencia sobre los problemas y circunstancias presentes en la vida cotidiana.

Palabras claves: Psicología, Psicología positiva, radio, comunicación, comunicación para el cambio social, comunicación para el desarrollo, actitud positiva

Abstract

This project worked on the production of communicative pieces that promote positive attitudes towards everyday situations in which tensions and crises usually abound. This starting from the idea that from the communication it is possible to implement actions that contribute to the social change, seen from a human development approach that starts from the importance of the continuous improvement of the people; that is to say, to change the way of seeing things and, in turn, to introduce new forms of interaction with those around them.

In this scenario, the creation of a radio campaign was created in order to promote changes to negative thoughts and in turn contribute to the welfare and improvement of the living conditions of each individual. This, by generating awareness about the problems and circumstances present in everyday life

Keywords: Psychology, positive psychology, radio, communication, communication for social change, communication for development, positive attitude

Tabla de Contenido

Capítulo 1: El problema.....	7
1.1 Contextualización.....	7
1.2 Descripción del problema comunicativo.....	11
Capitulo II Marco Teórico.....	13
2.1 Antecedentes.....	13
2.2 Bases Teóricas.....	22
Capitulo III: Propuesta de producción.....	35
3.1. Presentación de la propuesta.....	36
3.2. Objetivo.....	37
3.3. Público objetivo.....	37
3.4. Cronograma de producción.....	38
3.5. Etapa de preproducción.....	40
3.5.1. Selección de temas y fuentes a consultar.....	42
3.5.2. Investigación periodística.....	44
3.5.3. Guion (s) requeridos para la producción.....	44
3.6. Etapa de producción.....	62
3.6.1. Grabación material sonoro.....	63
3.6.2. Selección y análisis del material.....	63
3.7. Etapa de postproducción.....	64
3.7.1. Edición y montaje de la producción radiofónica.....	64

3.7.2. Ficha

técnica.....64

3.7.3. Evidencia de la emisión de las producciones radiofónicas..... 67

Capitulo IV Conclusiones y Recomendaciones..... 72

4.1 Bibliografía..... 73

4.2 Anexos Producciones radiofónicas emitidas.....80

CAPÍTULO I- EL PROBLEMA

1.1. Contextualización

En muchas ocasiones los seres humanos pasan por determinados momentos que los llevan a adoptar malas actitudes o comportamientos, reacciones que pueden generar entornos de insatisfacción o agresividad con quienes los rodean.

Los comportamientos de los individuos pueden estar relacionados con las influencias sociales externas y por aspectos que predisponen a una persona a actuar de manera específica; estos a menudo provocan consecuencias significativas tanto para el propio individuo, como para el núcleo familiar, escolar o para la misma sociedad.

Este proyecto se fundamenta precisamente en las actitudes de los individuos puesto que así como piensan, así mismo se proyectan. Por ejemplo cuando las personas asumen que les sucederán cosas buenas, tienden a esforzarse más por alcanzar sus objetivos y terminan por obtener excelentes resultados.

Caso contrario sucede con las personas de baja autoestima; asumen que no son capaces de sobrellevar las situaciones difíciles y no se interesan por superar estos pensamientos y revisar el aprendizaje que la vida ha puesto en su camino. Un individuo con baja autoestima es propenso a caer en depresión, y a causarse múltiples daños a sí mismo, originando preocupación y angustia entre quienes lo rodean. Para Peter Lewinsohn (1980) “la depresión es una respuesta a la pérdida o falta de refuerzos positivos contingente a la conducta”

Por lo tanto cuando el estado de ánimo de un individuo en un determinado momento de su vida sufre sentimientos severos y prolongados de tristeza o síntomas relacionados que afectan a su capacidad para relacionarse con otros, trabajar o afrontar el día, la tristeza se convierte en una enfermedad, que se conoce como depresión, y es ahí donde se pierden las fortalezas que tienen los seres humanos para ser fuertes ante las adversidades o situaciones fuera de control, debido a que esto hace que cada individuo no encuentre soluciones ni tampoco comportamientos propositivos hacia las cosas que lo rodean desde su mismo entorno.

El estrés, la ansiedad, el aumento de peso y la falta de sueño son algunas de las consecuencias que traen estas actitudes, que terminan por afectar gravemente la salud de los sujetos. Al vivir en situaciones como estas los seres humanos tienden a permitir que la negatividad se apodere de ellos.

Noemí Barbero (2018) afirma que las alteraciones de la conducta en los seres humanos pueden empezar desde temprana edad, y que estos trastornos de conducta infantiles son aquellos problemas que tienen algunos niños cuando presentan dificultades para cumplir las normas que la mayoría de los menores aceptan. Además, Barbero expresa que estas alteraciones de la conducta puede derivar en comportamientos que se prolonguen a lo largo de la vida de la persona si no son tratados adecuadamente.

Las emociones negativas experimentadas por niños y jóvenes, pueden ir desde la ira hasta la tristeza, y pueden ser originadas por la ausencia de sus padres debido a sus obligaciones temporales, provocando conductas en ellos.

Así mismo estas conductas se proyectan a la edad adulta. La decadencia en la productividad laboral, el afán por el aumento de la remuneración del trabajo, el acceso de trabajo (horas extras), la crisis de la economía, la falta de oportunidades laborales y muchos aspectos de la cotidianidad producen en las personas el deterioro de su salud y bienestar. Una adecuada educación en este sentido que influya

favorablemente en los niños y niñas, puede desarrollar comportamientos que mejoren su crecimiento emocional e intelectual y evitar así situaciones de riesgo en la edad adulta. De la misma forma el abordaje de estos temas ya en la mayoría de edad, contribuye a la modificación de patrones establecidos.

Es por ello que este proyecto de investigación centró una parte de sus bases en la psicología positiva la cual se encarga de estudiar los fundamentos necesarios para garantizar el bienestar psicológico y la felicidad de los seres humanos así como también las fortalezas y virtudes de los mismos. Este concepto junto a la comunicación como área de conocimiento profesional se constituyen en la fusión académica y conceptual que permitirán generar contenidos para un medio masivo que aporten a la población en el fortalecimiento de bases para la vida cotidiana.

El concepto de Psicología Positiva fue propuesto por primera vez en el año 2000 por el psicólogo estadounidense Martin Seligman. Esta disciplina centra sus estudios en los aspectos que hacen sentir bienestar y felicidad a los seres humanos.

Durante el 2002 Seligman también desarrolló la teoría de la auténtica felicidad con la cual propone el desarrollo de las fortalezas y características que se deben dar en el ser humano. Ya en el 2010 reformula esta teoría basada en los componentes y características que pueden tener los seres humanos en cada situación de su vida. A esta teoría se le denomina modelo PERMA que principalmente engloba cinco factores (emociones positivas, compromiso, relaciones positivas, propósito y significado, éxito y sentido del logro) encaminados a reconfortar de nuevo en las personas cuando se pueda poner en peligro el estado de ánimo de cada uno de estos.

Asumir actitudes positivas es cambiar la manera de ver las cosas y a su vez modificar la forma de comunicarse e interactuar con los demás, (familiares, amigos y gente del común), convirtiendo cada situación difícil o fracaso en una oportunidad.

Aspectos de la vida cotidiana, como problemas emocionales, económicos, familiares, falta de trabajo y ausencia de oportunidades, ocasionan que los seres humanos tiendan a quejarse por las cosas que los rodean, ocasionando sentimientos de frustración en su entorno con las personas de su círculo social; es entonces cuando se pueden dar los comportamientos negativos.

Frecuentemente, estas actitudes también son ocasionadas por las necesidades económicas que tienen los individuos, situaciones que producen ahogo a nivel emocional ante las dificultades para alcanzar sus objetivos; el ser humano tiende a caer en frustraciones que bloquean su proyección para realizar ciertas actividades, como prepararse académicamente para la vida o afrontarla con fortaleza. Obviamente esto es diferente para los distintos actores sociales, por ejemplo para un “pobre” y un “rico”: mientras que el primero la sufre de forma dramática a partir de sus carencias, el segundo vive una frustración por tener que privarse de un deseo. La escasez existe para todos aunque a veces para algunos seres humanos pase desapercibida. Estas situaciones pueden traer claros efectos negativos en las formas de relacionarse con los demás y dar origen a acciones de discriminación, intolerancia, irrespeto y hasta, violencia hacia quienes lo rodean.

Es en este escenario que es posible ver la comunicación como una herramienta no sólo de información basada en los postulados de la psicología positiva y los comportamientos de los seres humanos sino que facilite la comprensión de la realidad, aportando una proyección constructiva.

Por esto desde la comunicación siempre es importante generar un cambio en los seres humanos, precisando siempre la importancia del desarrollo de cada uno de los individuos, debido a que desde la comunicación para el cambio social se logra generar conciencia en las personas sobre los problemas presentes en la vida de cada uno de ellos.

Sin embargo es posible afirmar que cada uno de los individuos y comunidades se apropian de los procesos de comunicación y cambio social través de estrategias de planificación que les permita

siempre permanecer un diálogo y la comprensión de cada uno de los problemas o circunstancias de su vida.

H. Mendo y Garay (2005) afirmaron que la comunicación es “Un proceso de interacción social de carácter verbal o no verbal, con intencionalidad de transmisión y que puede influir, con y sin intención, en el comportamiento de las personas que están en la cobertura de dicha emisión”

La radio, como medio de comunicación que llega a todas las clases sociales, permite lograr un contacto personal con su público, y a través de mensajes sonoros, recrea y reproduce la realidad. Este medio genera contenidos de todo tipo; así como aporta posibilidades de entretenimiento, actualidad informativa y música, también puede tornarse en un agente motivador, promotor de valores y conocimientos útiles para la vida cotidiana, tal como lo afirma García, (2012):

A los oyentes no sólo les interesa conocer el mundo del espectáculo, sino que también tienen la necesidad de que les hablen, y de que les renueven día tras día el sentimiento oral de la vida, por lo que precisamente, hoy más que nunca, la radio necesita ser re-pensada para que pueda contribuir con la formación del individuo, y así mismo pueda suministrarle al mismo las bases para enfrentarse a los nuevos retos que trae la vida.

De esta manera la radio claramente puede contribuir en muchos aspectos de la vida a los oyentes, y con un objetivo claramente establecido puede también ayudar a mejorar el comportamiento y las actitudes no sólo con la información sino con ejemplos de convivencia fundamentales para la vida de cada individuo.

1.2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA COMUNICATIVO

En la actualidad situaciones como la economía, el stress laboral y otros factores que hacen parte de la vida cotidiana de los seres humanos, han dado lugar a sucesos que han afectado negativamente la vida de las personas. Situaciones cotidianas como el fin de un matrimonio, la muerte de un familiar o la falta de empleo, son hechos que pueden afectar la salud mental y física de los individuos; esto no quiere decir que siempre debe tratarse de hechos trágicos basta con que estos eventos se acumulen durante largos períodos de tiempo para que los individuos terminen por caer en situaciones de stress, miedo, frustración, intolerancia y otro tipo de emociones negativas que aunque no brindan ningún tipo de ayuda a las problemáticas que puedan surgir en la vida de las personas, son capaces de generar cierto tipo de tensión.

En este panorama diversas investigaciones científicas han sido claras en afirmar que emociones violentas como la ira y el enojo son factores que sugieren al origen de duras enfermedades en el ser humano entre las que se destacan las cardíacas, el cáncer y otros tipos de enfermedades

Investigadores de la Facultad de Medicina De Harvard, descubrieron que la emoción más común en las dos horas precedentes a un ataque de corazón grave es la ira que se desarrolla de manera letal en el ser humano, pero aparece un antídoto altamente efectivo, que podría basarse en una actitud mentalmente sana.

“Cuando una persona está tensionada, se activa el eje hipotálamo-hipófisis-suprarrenal, que estimula la producción de sustancias como las catecolaminas, que elevan la presión arterial y la frecuencia cardiaca disminuyendo la irrigación sanguínea en algunas áreas, hasta convertirse en un factor de riesgo para la salud cardiovascular y cerebral, entre otros” (Forero, 2014, p.6)

Del mismo modo, una investigación del Centro Médico de la Universidad de Maryland (EE.UU.) en el año 2005 concluyó: “que las arterias de las personas sometidas a situaciones negativas, aumentan el riesgo de que estas sufran enfermedades cerebrovasculares, cáncer y que además puedan padecer condiciones mentales como fobias, ansiedad, depresión, trastornos de la alimentación y disfunción sexual. (p, 12)

Otros expertos como la terapeuta holística colombiana Margarita Sierra sostiene

Cuando alguien tiene dificultad para solucionar sus problemas a nivel psicológico o emocional, aparece un estado de preocupación o ansiedad, irritabilidad, ira, miedo o tristeza, que puede producir un aumento de la frecuencia cardíaca, problemas digestivos, alergias, dolor de cabeza, sensación de falta de aire, sudoración, tensión alta o baja. Cualquier situación emocional que permanezca en el tiempo, sin resolver, se convierte en una toxina para el organismo, que afecta gravemente la salud

(Sierra, 2014, p.12)

por ello según su punto de vista es necesario que el ser humano pueda canalizar y liberar las emociones negativas para que goce de una buena salud emocional y pueda recuperar el bienestar físico.

En todo este contexto, aparece un gran escenario de posible abordaje desde la comunicación teniendo en cuenta el reconocido poder que tienen los medios masivos de comunicación para influenciar el comportamiento de las personas.

CAPITULO II - MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Existen trabajos de investigación que presentan acercamientos a las líneas conceptuales y metodológicas sobre las que se construye este proyecto, las cuales se constituyen en un referente interesante para fortalecer desde la teoría y la práctica este proyecto. Ellos se enuncian a continuación:

* Internacionales

“Propuesta para la creación de un programa radial para promover iniciativas ecológicas guatemaltecas como modelos de desarrollo sostenible” (López, 2014, Guatemala)

Este trabajo tuvo como principal objetivo, el desarrollo de la propuesta de un programa radial que diera a conocer algunas de las iniciativas ecológicas que funcionaban en la ciudad de Guatemala, en beneficio del desarrollo sostenible del país.

En cuanto a la metodología, este proyecto se desarrolló a través de una investigación de tipo descriptiva que permitió la ejecución de esta propuesta radial promoviendo iniciativas ecológicas como modelos de desarrollo sostenible en Guatemala. Para ello, se utilizaron instrumentos como la entrevista semiestructurada la cual permitió recolectar opiniones testimonios y experiencias y cualquier tipo de información acerca de estos temas, además se hizo uso de entrevistas de opinión con el fin de conocer las percepciones de especialistas en temas de producción radial, ecología y desarrollo sostenible

Con las entrevistas realizadas se pudo determinar que para el año del estudio, los medios de comunicación guatemaltecos no suministraban espacios para dar a conocer el panorama ecológico del

país, y así mismo despertaran el interés de la sociedad en cuanto a estos temas, promoviendo una conciencia ecológica que origine nuevos patrones de comportamiento los cuales ayuden a alcanzar el desarrollo sostenible que tanto necesita este país.

Por ello este proyecto se centró en dar a conocer iniciativas ecológicas, y sus beneficios a la sociedad, además de nuevos aportes al desarrollo sostenible y la experiencia de las personas que promueven este tipo de posturas sociales.

Analizando los resultados es posible concluir entonces que un reportaje, una crónica u otro formato radial, de manera aislada e inconstante, no son suficientes para alcanzar los objetivos, esto no puede ser algo de momento, sino un trabajo del día a día.

El aporte de este documento radica en la evidencia del papel trascendental que tiene la comunicación, y el impacto positivo que pueden traer consigo las acciones significativas encaminadas al cambio social emprendidas desde este campo; esta es una muestra que desde la comunicación y específicamente desde la radio, se pueden desarrollar iniciativas reales y proyectar soluciones viables a las problemáticas de la actualidad. Además los mensajes que promueven la reflexión, el análisis y el diálogo demuestran que cualquiera puede emprender nuevas propuestas que contribuyan a grandes causas y aporten a la construcción de la sociedad

“Impacto de la Psicología Positiva en Acción en la asignatura de Formación Cívica y Ética del nivel secundaria utilizando nuevas tecnologías” (Nolasco, 2012)

El objetivo General de esta investigación fue identificar el alcance real de la sagacidad de las Teorías de la Psicología Positiva en los alumnos que cursan el tercer grado de la escuela secundaria marginal explorando el uso de técnicas de la educación del carácter en la materia de Formación Cívica y Ética, describiendo las motivaciones de cada uno de los individuos.

La metodología de esta investigación se realizó a través de un enfoque de carácter cualitativo siguiendo un método fenomenológico con el propósito de plantear, describir y estudiar la experiencia y desarrollo humano utilizando la recolección de datos sin medición numérica para describir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación de los individuos.

Los instrumentos y métodos para la recolección de datos implicaron obtener registros, evidencias, sucesos, contextos, y toda aquella información con la capacidad de evidenciarse, preparando observaciones, registro y mediciones obtenidas, con el fin de extraer datos que pudieran ser analizados e interpretados de la forma más objetiva posible, también se realizaron entrevistas cualitativas flexibles y abiertas donde se encontraron diversas opiniones que permitieron establecer como experiencia positiva todas aquellas acciones que beneficiaron el presente de los alumnos.

Cabe destacar que se logró despertar en los alumnos el hecho de reflexionar entendiendo el papel transformador del pensamiento a modo tal que a pesar del medio en el que se encuentran y con todos los factores que tiene en contra se reafirman en su confianza a arriesgarse a asumir retos con el objetivo de modificar su contexto próximo y su futuro a mediano plazo al querer continuar con sus estudios con el fin de querer ser alguien más.

Como aporte de esta investigación se destaca el uso de las tecnologías o un medio de comunicación que a partir de sus mensajes puede ayudar a mejorar los pensamientos, comportamientos o acciones de las personas desde un proceso de cambio que genera motivaciones y desarrollo en cada uno de ellos

Nacionales:

Emociones positivas y factores de riesgo psicosocial en contextos educativos vulnerables de la región Caribe” en niños de 8 a 12 años en Santa Marta y Cartagena. (Cervantes, Fajardo, y Buenahora 2015)

Su objetivo general fue relacionar las emociones positivas con los factores de riesgo psicosocial en niños de 8 a 12 años en contextos educativos vulnerables. Para ello, describió las emociones positivas, alegría y gratitud, serenidad, simpatía y satisfacción personal en los niños, para así caracterizar los principales elementos sobre los perfiles psicosociales de los niños participantes, además identificó la relación de las emociones positivas junto con los comportamientos que estos evidenciaron durante el desarrollo de la investigación realizada.

La metodología de esta investigación fue de naturaleza descriptiva y tuvo un enfoque de investigación cuantitativa, relacionada posteriormente con variables como las emociones positivas y factores de riesgo psicosocial. Encaminadas finalmente a conocer la presencia de relaciones estadísticamente significativas que pueden presentarse en las variables anteriormente mencionadas en las instituciones educativas evaluadas. Por medio de la implementación de un cuestionario Infantil de Emociones Positivas (CIEP), que fue diseñado junto con 40 enunciados para medir factores como la alegría, la serenidad, la simpatía, la satisfacción personal y la gratitud de los niños presentes. Esto llevó a determinar lo importante que resulta estudiar los recursos psicológicos y posibilitó fortalecer

características personales y grupales para afrontar las situaciones adversas que constituye el contexto social donde viven.

Esta investigación permitió conocer un campo más amplio en cuanto a las emociones positivas de los menores de 8 a 12 años de edad de las instituciones educativas de la región del caribe. Permitiendo así un proceso mucho más amplio y cercano en el entorno en el que se mueven los infantes.

De esta manera la investigación permite tanto a los padres, docentes e instituciones encargadas conocer más a fondo las situaciones carácter psicosocial y las emociones positivas que afectan a los niños, niñas y adolescentes en sus entornos de desarrollo como la escuela, sus hogares y la comunidad. Permitiendo así mostrar un problema de suma importancia para su crecimiento emocional e intelectual

“Realización y producción de una campaña radial de prevención en contra de la trata de personas”
(Uribe, 2008)

Este proyecto de investigación produjo una campaña radial con el objetivo de prevenir la trata de personas, una forma de explotación considerada como la esclavitud del siglo XXI, utilizándola como una voz de alerta que advierta sobre las condiciones en las que los derechos de las personas pueden llegar a ser vulnerados, además crear una voz de alerta y orientación que ayude a evitar este flagelo.

Se utilizaron las estaciones radiales de tipo institucional para dar a conocer los mensajes creados dentro de la campaña, a través de los nuevos espacios que se implementaron.

Para ello la campaña contó con clips informativos relacionados con esta temática, que rotaron por las emisoras durante su programación.

Para la producción de estos mensajes, su autor realizó una documentación bastante completa acerca del tema, además de investigaciones y entrevistas, tanto a implicados como a miembros de organizaciones que de alguna forma estuvieran relacionados con la protección y el respeto de los derechos humanos y la prevención de la trata de personas.

Mediante el anterior estudio se estableció que este es un problema que afecta, a gran parte de las personas, quienes por necesidad deben soportar el abuso, y demás modalidades que atentan contra la dignidad del ser humano.

Cabe resaltar que los clips que fueron transmitidos por la cadena radial, tuvieron gran acogida por parte de los oyentes y se convirtieron en un método eficaz de informar y crear conciencia

El aporte de este documento radica en la evidencia de cómo la radio en un acercamiento personal, mediante la creación y el desarrollo de campañas sociales, incentiva y promueve el cambio de ideas en los individuos, generando conciencia y posibilitando avances significativos en las personas y paulatinamente en la sociedad.

*** Regionales**

“Producción de una estrategia comunicativa radial que promueva la preservación de los recursos naturales de Norte de Santander” Universidad de Pamplona. (Arévalo, 2014, Cúcuta, Colombia)

Este proyecto de investigación se basó en la situación ambiental que se está presentando tanto a nivel mundial, como local. Su objetivo general se centró en desarrollar una estrategia de producción radial que promoviera la preservación de los recursos naturales en Norte de Santander concretando como objetivos específicos el diseño de una estrategia de comunicación a través de piezas radiofónicas que

constituyeron en una herramienta educativa para dimensionar la importancia de la comunicación estratégica en el área medio ambiental, y de esta forma producir una serie radial que fomentara el cuidado y la conservación del medio ambiente

Este proyecto se realizó en el marco de la Investigación Aplicada ya que se enfocó en el desarrollo de acciones para el mejoramiento de la realidad que se investiga; entendida esta como la utilización de los conocimientos en la práctica, para aplicarlos en provecho de los grupos que participan en esos procesos y en la sociedad en general, además del bagaje de nuevos conocimientos que enriquecen la disciplina.

Por ello, el proyecto realizó una referenciación tanto teórica como práctica de la temática y contextualiza específicamente en el departamento Norte de Santander, profundizando en los problemas ambientales que se presentan más frecuentemente. Para tal fin se valió de los estudios de la Corporación Autónoma Regional de la frontera - Corponor, la cual lidera los diagnósticos, exploraciones y estado de la situación medioambiental. El estudio de caso finalizó al diseñar, proponer y producir una estrategia radial que aborda las principales problemáticas con la intención de mediar con un futuro oyente, a fin de sensibilizar y sugerir para el proceso de recolección de información, se obtuvieron datos primarios y secundarios.

Los datos primarios fueron obtenidos en forma directa mediante el trabajo concreto de la investigadora con las fuentes de información; funcionarios de Corponor a quienes mediante entrevistas abiertas se consultó sobre los temas ambientales seleccionados y a la vez, se les registró en audio sus aportes.

Los datos secundarios provienen del análisis de contenido de información ya recolectada y procesada por Corponor en los procesos cotidianos de su quehacer; estos fueron conocidos mediante, textos e

informes. Fueron denominados de esta forma porque fueron hechos y llevados a cabo de acuerdo a los fines de la institución.

El aporte de esta investigación se materializa en la evidencia de que es necesaria y efectiva la creación de estrategias de comunicación, materializadas en piezas radiofónicas que brinden contenidos que movilicen hacia el mejoramiento de distintas problemáticas en las que los seres humanos tienen toda la capacidad de hacer de una u otra forma; y que esto traiga consecuencias positivas o negativas para la colectividad.

2.2 BASES TEÓRICAS

En la actualidad los medios de comunicación masivos como la radio y la televisión, han dejado de lado su labor de contribuir en la formación cultural o educativa de los individuos y se han dedicado a producciones informativas y de entretenimiento mayormente, asumiendo que la inserción de los contenidos iniciales perjudicará el rating del medio al que pertenecen; en este ejercicio han olvidado que el medio, es un instrumento valioso que puede contribuir significativamente en el fortalecimiento y el mejoramiento tanto de las formas de convivencia humana como de construcción social.

“Un proceso de interacción social de carácter verbal o no verbal, con intencionalidad de transmisión y que puede influir, con y sin intención, en el comportamiento de las personas que están en la cobertura de dicha emisión” (H. Mendo, Garay, 2005, p.12)

“Sin embargo en la comunicación se han identificado variados usos y concepciones de esta; en uno de ellos se le asimila como un intercambio de información, mientras que en otro se le define a partir de las relaciones humanas que hace posible”. (Mozejko, 2017, p. 182)

En su mirada investigativa predomina una interpretación en la que comunicarse es una acción lógica y técnica donde se seleccionan los códigos, canales y mensajes apropiados de acuerdo a una situación.

Dicho de otro modo la comunicación desde tiempos inmemoriales ha ejercido gran influencia en los seres humanos y se ha constituido como un poderoso formador cultural que determina en gran medida las ideas, hábitos y costumbres de los seres humanos, debido a las grandes cantidades de información, que le son suministradas a través de los medios de comunicación, la cual a largo plazo termina por fijar las maneras de pensamiento de la sociedad.

Partiendo de estos principios se concibe la comunicación como la disciplina a través de la cual es posible hacer llegar a los habitantes de la ciudad de Cúcuta mensajes sonoros de actitud positiva para mejorar la salud y el bienestar de los mismos.

Es así como la comunicación cuenta con toda una dimensión sistemática conformada por reglas y principios básicos, sin embargo, por representar una fuerza simbólica e integradora tan relevante en la sociedad, generalmente rebasa esos enfoques en los que se le explica en términos fríos y poco dinámicos, con la finalidad de abrazar aquellos que destacan su flexibilidad dentro de los procesos de intercambio de significados y construcción de la convivencia de las comunidades, es por esto que se promueve también una comunicación que haga efectiva la participación en la comunidad.

Las Naciones Unidas (2011) expresan que la comunicación para el desarrollo marca la diferencia en el desarrollo humano, precisando como prioridad a los sistemas y procesos de comunicación que permiten a las personas deliberar y expresar su opinión sobre asuntos importantes de su propio bienestar; de la misma forma, posibilitan la recepción de mensajes persuasivos que aportan en la edificación humana.

La participación de las diferentes comunidades y actores sociales permiten que haya un crecimiento en el ámbito social y el conocimiento que puedan estas aportar en la construcción de una sociedad encaminada a la construcción del desarrollo social y humano en las sociedades. Por eso las redes se convierten en el medio comunicativo encaminado a dar una nueva forma de innovación en la que sean las mismas comunidades las que se apoderen de estas creando nuevas estrategias en pro del desarrollo social en las comunidades.

Otro paradigma de la comunicación tiene que ver con la forma como los contenidos influyen significativamente entre quienes los consumen, y logran cambiar conceptos, ideas y hasta hábitos.

“Existe un principio fundamental que distingue un medio cálido, como lo es la radio, de otro frío, cual la televisión. Es un medio cálido el que prolonga o amplía un solo sentido en ‘alta definición’ Alta definición es el estado del ser bien abastecido de datos.

Visualmente, una fotografía es de ‘alta definición’. Una caricatura es una ‘definición baja’, por la sencilla razón de que proporciona muy poca información visual... los medios cálidos son de poca o baja participación, mientras que los medios fríos son de alta participación, para que el público los complete” (Marshall McLuhan, 1964, p. 12)

Es por esto que los medios masivos de comunicación cumplen un papel esencial sobre su principal labor acerca de informar a la sociedad sobre un determinado suceso que pueda estar relacionado a problemáticas sociales o un tema determinado.

Los medios de comunicación siguen influenciando a los seres humanos, modificando sus modelos de vida, sus elecciones, sus costumbres, el consumo, la opinión pública, y la forma de actuar o pensar logrando modificar la forma en que las personas conocen y comprenden la realidad que los rodea.

(Halloran, 1969,) afirmó que la influencia de los medios de comunicación de masas; la manipulación y el cambio puede tener lugar y de hecho lo tienen, los medios de masas, se puede admitir debido a que constituyen sólo un aspecto del proceso.

Es por esto que sería muy sorprendente, en verdad, si no desempeñaran un cierto papel en la modelación de nuestras actitudes, de nosotros mismos y de los demás. (Halloran,1969)

Por lo tanto es así como en este proyecto se logró reflejar y caracterizar la importancia que cumple la comunicación en la sociedad debido a que con ella surgió la radio como un medio influyente y de mayor cobertura por su inmediatez y gran capacidad de llegar a las zonas más alejadas donde la televisión y otros medios no han podido llegar, y también gracias a que posee factores temporales, de irreversibilidad que demandan completa atención del receptor, la radio se ha convertido en un medio ideal para la transmisión de información de actualidad. Ya sea en vivo o en directo; pregrabado o a través de un formato mixto; o bien haciendo uso únicamente de elementos sonoros, ofrece la posibilidad de comunicar cualquier tipo de contenido en un horario determinado a un grupo específico de personas, promoviendo un modelo de comunicación interactivo en tiempo real.

En definitiva desde este medio de comunicación se buscó generar cambios de pensamientos, emociones, actitudes y comportamientos en las personas emitiendo temas relacionados con las problemáticas de la vida real.

Es importante destacar que la radio también es un medio práctico, accesible y eficaz, que brinda un espacio para tratar una gama diversa de temas. Razones por las que puede ser utilizada como una herramienta o un instrumento que ayude e impulse el desarrollo de la humanidad en cualquier esfera social.

Herrera (2004) afirmó que la radio debe ser un instrumento vivo, participativo y capaz de conectar de forma inmediata con el sentir de la población, es decir que debe ser esta, quien contribuya al mejoramiento de las formas de convivencia.

De esta forma desde las producciones radiales creadas y emitidas en este proyecto se logra manejar una interacción y mejoramiento de actitudes en las personas con el objetivo de obtener un cambio social hacia la vida cotidiana de cada uno de ellos.

Moscol y Ramírez, (2016) exponen que el principal objetivo de la radio debe ser el de educar, y es por este motivo y según la intención del emisor, que hay programas radiales que están orientados a la ampliación de la educación popular, y a la propagación de nuevos conocimientos sobre alguna materia, ciencia, o asignatura en específico.

Así mismo en cuanto a la forma como se debe llevar a cabo la producción de un espacio o programa radiofónico, Moscol y Ramírez, (2016) afirman que se trata de “un proceso riguroso de planificación, en el que no se permite la improvisación y se hace necesario fundamentar a través de la investigación las necesidades sociales y de información; y así incluir una propuesta de programa radial en términos de audiencia.

Cabe destacar que adicionalmente además de educar, la radio también se ha convertido en un actor y agente para el cambio social, en la que los periodistas conociendo y entendiendo las dinámicas de la región donde viven, proporcionan respuestas y alternativas de solución a las inquietudes, necesidades, visiones y sueños de las distintas comunidades que hacen parte del país, contribuyendo de esta forma a la reconciliación y la construcción de paz de las familias.

Este planteamiento lo reafirma López (2015) quien aseguró que: la radio no es un medio de comunicación que resuelve los problemas planteados, sino que tramita su solución. Esto se da a partir de sugerir como parte de sus contenidos el abordaje de temáticas de interés general que puedan llegar a

propiciar entre los oyentes relaciones con situaciones de su cotidianidad, y a partir de ellas, tener conocimientos nuevos, opciones para la solución de problemas o elementos para su manejo.

Es así como también desde el Marketing Social se desarrollan programas para influenciar o modificar comportamientos sociales en beneficio de un grupo de individuos o de la sociedad en su conjunto (Mendive, 2012).

Para ello, facilita y estimula comportamientos beneficiosos y desincentiva los que se consideran perjudiciales y su finalidad consiste en promover una idea o practica social en una determinada comunidad.

Es importante señalar que lógicamente los programas deben ser influenciados por una corriente constructivista, para que de esta manera los individuos puedan verse realmente beneficiados con los cambios en su vida.

En un proyecto como este, se buscó propiciar una mejor salud mental y bienestar, a todas aquellas personas a las que se emitió cada una de las cuñas radiales que hicieron parte de esta campaña.

Fernández (2007) define la campaña de comunicación como “una planificación que incluye un conjunto de acciones destinadas a comunicar un mensaje o mensajes a uno o más públicos objetivos en un periodo de tiempo concreto. (p. 149)

Sin embargo la campaña de este proyecto está conformada por ocho (8) cuñas radiales que permitieron la creación de estrategias comunicativas en el marco de temas relacionados con la psicología positiva y los comportamientos del ser humano en la sociedad, teniendo como objetivo principal comunicar una acción y un mensaje por dicho medio radial.

Por lo tanto desde las cuñas radiales elaboradas en este proyecto se logró generar interés en las personas a las que se emitió esta campaña, también desde un entorno más flexible, accesible y conectado con los radioescuchas se mostró una perspectiva de las problemáticas que influyen en el entorno de los seres humanos creando en cada uno de ellos conciencia sobre si lo que está haciendo esta correcto o incorrecto en su diario vivir.

Es importante resaltar que una estrategia de comunicación permite convertir las debilidades de los individuos en capacidades y fortalezas para afrontar cada problema o circunstancia de su vida, por esto desde la comunicación radial se logró obtener un cambio social desde un enfoque diferente buscando ampliar la personalidad, el pensamiento y los comportamientos de los seres humanos, brindando la energía y el positivismo que se necesita para cambiar y enfrentar cada proceso.

Desde una base estratégica se puede complementar lo que menciona Estrada (2006) refiriéndose a una campaña como parte de una estrategia que sirve para comunicarse efectivamente con el público, de esta manera el objetivo de esta producción radial fue aumentar la comprensión, entendimiento, actitudes positivas y fortalezas de los individuos.

Es así como la clave de la comunicación estratégica radicó no solo en la implementación de estas estrategias, sino también en garantizar que dichas cuñas radiales propuestas llegaran al personal con la precisión buscada y que finalmente pudiera llamar la atención dentro en el público previsto.

En este sentido se podría decir que se cumplió con la finalidad del proceso comunicativo, ese que origina un cambio social y a su vez busca promover una actitud frente a la vida asumiendo el desarrollo como meta personal y colectiva; una mirada común: gestando una identidad comunicativa que mire al futuro.

De esta manera, Erick Roth (2004) afirmó que el cambio social entendido como la alteración planificada y sistemática de los estilos de vida para adoptar una innovación con mayores probabilidades

de éxito, constituye un facilitador del desarrollo, o en otras palabras, el desarrollo como un aspecto genérico de cambio, se encuentra íntimamente ligado a factores disposicionales de origen psicosocial.

Es por esta razón que a través de la radio, es posible contribuir al estado de equilibrio entre una persona y su entorno socio-cultural, con el fin de que esta pueda alcanzar calidad de vida, un estado de completo bienestar físico, mental y social; no solamente pensado desde la ausencia de afecciones o enfermedades. No obstante desde la comunicación para el cambio social se logra visualizar desde un enfoque de desarrollo humano una visión integral buscando ampliar capacidades, información, libertades, derechos, deberes, autoestima y equidad (Calandria, 2005, p.14).

Por otra parte Villanpando (2017) afirmó que el ritmo Con el que vivimos actualmente nos puede sacar de nuestro balance, todos podemos sufrir de estrés, depresión, angustia, cansancio o cualquier malestar psicológico. Cabe resaltar que es supremamente importante experimentar emociones positivas debido a que es una actividad específica de la naturaleza humana y se contribuye en la calidad de vida de las personas, el bienestar es una de las condiciones que ayudan a lograr un adecuado funcionamiento de la persona dentro de su contexto social, familiar, laboral y personal.

A veces las personas pasan muchos años evitando sus problemas o creyendo que su estado actual es algo normal y se acostumbran a ese desequilibrio constante

De acuerdo con Seligman (2002), el bienestar y la felicidad forman un binomio inseparable. Por lo tanto, cuando aumenta este sentido de bienestar subjetivo, la persona se vuelve más creativa y su personalidad refleja una actitud rozagante. Cuando se tienen acciones y comportamientos adecuados desde una actitud positiva se logra optimizar la salud, el bienestar subjetivo y la resiliencia psicológica favoreciendo un razonamiento eficiente, flexible y creativo

De la misma forma, este proyecto centró sus bases conceptuales en la psicología positiva como esa ciencia que estudia los aspectos de bienestar y felicidad en los seres humanos. “La psicología no es una mera rama del sistema de salud pública, ni una simple extensión de la medicina, nuestra misión es mucho más amplia. Hemos olvidado nuestro objetivo primigenio, que es el hacer mejor la vida de todas las personas. (Seligman, 2000, p.44)

Por lo tanto desde un cambio de pensamiento, o una interacción social más adecuada se logró llegar a los radioescuchas de manera clara y llamativa brindando a cada uno de ellos el proceso de adquirir una respuesta a cada situación adversa que desde su vida cotidiana han adquirido.

Por esto Seligman (2000) desarrolló la teoría de la auténtica felicidad con la cual propuso el desarrollo de las fortalezas y características que se deben dar en el ser humano. Ya en el 2010 desarrolló la teoría del modelo PERMA que principalmente engloba cinco factores (emociones positivas, compromiso, relaciones positivas, propósito y significado, éxito y sentido del logro) encaminados a reconfortar de nuevo el ánimo en las personas.

De esta manera, es como la psicología positiva empieza actuar como un factor importante en el mejoramiento de la vida de cada uno de los individuos, porque ayuda a tener una vida más saludable en el desarrollo y proceso diario de las personas.

Parks, y Steen (2004) y Peterson (2006) afirmaron que la psicología positiva aspira a que sea una disciplina más equilibrada, en la que se estudien tanto los problemas, déficits y patologías que puede presentar el ser humano como las fortalezas, los talentos y la resiliencia (capacidad para sobreponerse a períodos de dolor emocional y situaciones adversas) de las personas.

Esto indica que cuando los individuos optan por tener la capacidad de adaptarse y hacer frente a eventos difíciles de la vida, compensan lo negativo con una actitud positiva y optimista, por eso la psicología lo

estudia desde hace más de 40 años; no se trata de cómo afrontar adecuadamente los reveses de la vida si no que las personas salgan fortalecidos de estas experiencias.

Ser resiliente y ver las fortalezas no significa que no afecta la situación de las personas, y que no experimentan emociones intensas. Significa que, con tiempo, los individuos son capaces de adaptarse y salir adelante. Potenciar este rasgo de la personalidad lleva a tener más entereza y sobreponerse a las adversidades

En este sentido las experiencias positivas surgen como resultado de emociones positivas, las cuales a su vez implican sentimientos agradables como la felicidad, el amor, el cariño y buen humor, experiencias positivas que según Fredrickson (2001) tienen un objetivo fundamental en la evolución, en cuanto que amplían los recursos intelectuales, físicos y sociales de los individuos, los hacen más perdurables y acrecientan las reservas a las que se puede recurrir cuando se presentan amenazas u oportunidades; así mismo, incrementan los patrones para actuar en ciertas situaciones mediante la optimización de los propios recursos personales en el nivel físico, psicológico y social.

En relación al anterior texto se utilizó la producción radial para brindar información general y particular sobre los problemas que se asemejan a la cotidianidad de las personas, buscando el cambio de actitudes y comportamientos desde su diario vivir implementando temas relacionados con las expresiones de cada uno de ellos.

De esta manera se puede deducir que la radio genera contenidos de todo tipo; así como aporta posibilidades de entretenimiento, actualidad informativa y música, también puede tornarse en un agente motivador, promotor de valores y conocimientos útiles para la vida cotidiana.

García, (2012) asegura que “a los oyentes no sólo les interesa conocer el mundo del espectáculo, sino que también tienen la necesidad de que les hablen, y de que les renueven día tras día el sentimiento oral de la vida, por lo que precisamente, hoy más que nunca, la radio necesita ser re-pensada para que pueda

contribuir con la formación del individuo, y así mismo pueda suministrarle las bases para enfrentarse a los nuevos retos que trae la vida” (García, 2012, p.22)

En las estructuras de producción de la radio existen formatos a través de los cuales se pueden dar a conocer diferentes temas como por ejemplo: las noticias, las entrevistas, los magazines, paneles o cápsulas educativas, entre otros; estrategias comúnmente utilizadas en las estaciones radiales para captar la atención de muchos oyentes, llevando hasta su casa los mensajes de oportuna transmisión.

Las campañas radiofónicas sugieren de una manera concreta la movilización hacia conductas constructivas en los individuos ya que abordan contenidos con información para públicos de todas las edades tratando temas sociales; iniciativas que propician tanto el desarrollo intelectual de la sociedad, como la formación en valores, cultura ciudadana y movilización. Es así como resulta pertinente la promoción de temáticas relacionadas con pensamientos y actitudes positivas a través del formato campaña, puesto que contribuyen a la reflexión y visualización desde la cercanía con los temas.

“Hay que poner la radio en campaña. No en campaña militar (lenguaje bélico) ni publicitaria (lenguaje marquetero) sino en campaña educativa que promueva la participación ciudadana, el cambio, los comportamientos y pensamientos positivos desde una red comunicativa que llegue a los individuos como un ejemplo de la vida real. Y es esta idea, la que soporta sustancialmente el desarrollo de este trabajo de grado, puesto que concreta la línea de producción en el marco de un aporte importante hacia los oyentes” (López, 2015, p.54)

Por otra parte dentro de la producción radiofónica existen géneros informativos, educativos y musicales, que son utilizados en las campañas radiales. Sin embargo uno de los géneros que más ha proporcionado

diferentes posibilidades creativas es el dramático, pues gracias a este es posible contar historias, anécdotas, y situaciones concretas, con personajes que narran aspectos de la vida. El drama es un género de ficción y suele presentar contenidos que no son reales, pero están inspirados o sustentados en una determinada realidad. Este tipo de programas son usados para transmitir mensajes educativos, debido a que mediante el entretenimiento es más fácil hacer llegar mensajes pedagógicos, por ser más sencillos de asimilar.

Gerbaldo (2008) afirma que el género dramático se trata de un género que ha sido totalmente abandonado por las emisoras comerciales, usándolo casi exclusivamente en las publicidades o producciones con humor en programas de formatos largos, pero que aún mantiene viva su vigencia en las emisoras.

Por esta razón se insertó el género dramático como parte de las producciones de este proyecto para revivir la ficción y transmitir de manera creativa y sustanciosa en los seres humanos una autoevaluación sobre las causas que afectan sus actitudes y comportamientos desde su entorno social. Haciendo uso de este género se proyecta la comunicación como aquella que busca construir un auténtico diálogo entre los individuos, estimular su participación, su toma de conciencia y sobre todo convertir a los sujetos en actores centrales, agentes de su propio desarrollo humano y social.

Finalmente en este escenario, la radio como medio masivo de comunicación cuenta con la facilidad de llegar con sus contenidos a las mayorías, puede contribuir de una manera significativa a masificar información, invitaciones o recomendaciones para llevar una vida más tranquila que mitigue las posibilidades de alteración a la salud mental de los colombianos

Esta postura se sustenta con un planteamiento hecho por Patel (2001), quien afirmó que la salud mental esta inseparablemente vinculada con el desarrollo humano, y que los determinantes sociales y económicos del desarrollo humano están muy asociados con la salud mental. Una salud mental deficiente comprometerá la longevidad, salud general y creatividad.

Adicionalmente, es importante destacar que en la producción de la campaña radial de este proyecto se escogió el jingle una estrategia de comunicación la cual permitió impulsar la fuerza que poseen las actitudes positivas y las buenas energías en las personas, este fue acompañado de una letra sencilla pero a su vez muy llamativa acompañada de música animada y divertida que a su vez agrega un valor emocional para los radioescucha.

La producción, también buscó implementar estrategias de composición sonora como el dramatizado, inicialmente, que permite al oyente, evocar la vida real contextualizando cada problema o circunstancia; sumado a un componente informativo dado en una narración agradable y sobre todo creativa para que el oyente se contextualizara con el eje temático y a su vez generara un cambio de pensamiento sobre dicho problema; a esto se le agregó, el aporte de expertos que dieron cuenta de las causas, daños y/o recomendaciones que ocasionan cada uno de los factores planteados en las cuñas radiales; y finalmente el jingle que fue de suma importancia en este proyecto, porque permitió recordar el slogan “Mejora tu salud, cambiando de actitud”. Este es el componente de producción al que finalizar cada microproducción, estimula de manera concreta para que cada una las personas tome conciencia de la importancia que tiene la salud en cada uno de ellos y que los comportamientos negativos solo se ocasionan si no cambian sus actitudes.

Para Tim Faulkner “los jingles han sido escritos para ser recordados como canciones de cuna. Entre más cortos, mejor. Entre más repetición tengan, mejor. Entre más rimas, mejor” (2008, párr. 1). Fueron hechos para atrapar, para cautivar a los consumidores. De acuerdo con el mismo autor: Psicólogos y neurólogos que estudian los efectos de la música en el cerebro han encontrado que la música que tiene una fuerte conexión emocional con el oyente es difícil de olvidar.

Este proyecto de producción en medios, plantea el desarrollo de una campaña de comunicación que contempla ocho (8) microproducciones que fusionan elementos que se complementan: mensajes pensados desde la psicología positiva que se estructuran en piezas del género dramático que ponen en escena “situaciones problema” de la vida cotidiana, las cuales hacen que el oyente se identifique a sí mismo o a personas cercanas a él; posteriormente la pieza sonora contempla información que contextualiza el tema central lo cual permite ampliar el conocimiento sobre el tema central, a la vez que se profundiza con la voz de expertos del área.

En cuanto al proceso de circulación de la campaña, se con el apoyo de las emisoras comunitarias se logró llegar a todo un público en general para influenciar el pensamiento, y comportamiento de las personas, postulando desde las producciones un ejemplo a seguir, estimulando las fortalezas y capacidades de los radioescuchas. Es por esto que las radios comunitarias, junto a los medios con sensibilidad social, trabajan en red intercambiando producciones, informaciones, spots y música, todo este proceso de comunicación parte también del cambio social que busca un diálogo positivo y equitativo resaltando la importancia de las comunidades e individuos en la sociedad

Finalmente cabe resaltar que la radio sigue contribuyendo a mejorar el comportamiento y las actitudes con grandes beneficios de participación e interacción con el público o radioescuchas, emitiendo la

información como un ejemplo y cambio fundamental para la vida de cada persona desde su entorno social y personal.

CAPÍTULO III- PROPUESTA DE PRODUCCIÓN

3.1. PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA

El proceso y desarrollo de este proyecto se basó en la documentación que permitió conocer, la lectura de antecedentes enfatizados en las líneas conceptuales de este trabajo, consulta de expertos para el sostenimiento conceptual e informativo, la revisión de proyectos realizados y expresados por teóricos, todo esto con el sentido de analizar los comportamientos y actitudes que manejan a diario las personas en su ámbito social.

Desde la producción radial se buscó lograr un efecto persuasivo de interés general en las personas a la hora de escuchar cada dramatizado e información emitida en las emisoras, con el objetivo de que los individuos desarrollaran un cambio a sus problemas actuando de una manera más positiva frente a cada situación.

Muchas veces las personas tienden por adoptar actitudes, comportamientos o reacciones que generan insatisfacción o agresividad; es así como los comportamientos de los individuos pueden estar relacionados con las influencias sociales externas por aspectos que predisponen a una persona a actuar de manera específica; estos a menudo provocan consecuencias significativas tanto para el propio individuo, como para el núcleo familiar, escolar o para la misma sociedad.

Estos temas son muy comunes en el entorno social de cualquier persona donde por un simple estrés puede ocasionarle dolores de cabeza, problemas mentales, ansiedad, insomnio o ataques de pánico, así mismo las palabras constructivas, resiliencia, juicio, chisme, queja, crítica, y solidaridad siguen influyendo en el comportamiento negativo de cada uno de los individuos.

Por esto desde las producciones radiofónicas se buscó intervenir positivamente en las personas como un ejemplo cambiante que permita hacer frente a cada una de las adversidades que se le presente.

Esta propuesta se materializó en la elaboración de una producción cuyo nombre fue “Campaña para la promoción de actitudes positivas en los habitantes de la ciudad de Cúcuta” la cual fue desglosada en 8 cuñas radiales que fueron caracterizadas principalmente por la fuerza de su slogan: “Mejora tu salud, cambiando de actitud” partiendo de la idea de que los seres humanos ante las crisis tienden a pensar negativamente, esto hace que los individuos no encuentren soluciones ni tampoco comportamientos propositivos hacia las cosas que lo rodean desde su mismo entorno.

En todo este contexto, la salud es un factor importante en cada una de las personas, debido a que sin ella sería imposible vivir. Sin embargo la salud mental se concibe como un estado de completo bienestar físico, mental y social puesto que así como piensan los individuos así mismo actúan.

De esta forma, con las cuñas radiales y un slogan contundente en su intención se buscó influenciar positivamente a las personas para que cada vez sean más conscientes de sus propias capacidades, utilizando como un ejemplo de vida en cada una de las producciones planteadas en las piezas comunicativas de este proyecto.

3.2. OBJETIVO

Producir una campaña social a través de la radio basada en situaciones de la cotidianidad, conocimiento de expertos y mensajes persuasivos que promueva actitudes positivas en los oyentes.

3.3. PÚBLICO OBJETIVO

Propuesta dirigida a jóvenes y adultos (hombres y mujeres), de edades comprendidas entre los 13 y 50 años, de cualquier ocupación, profesión o nivel socioeconómico de la ciudad de Cúcuta.

3.4. CRONOGRAMA DE PRODUCCIÓN

FECHA

ACTIVIDAD

10 al 14 de Septiembre 2018

Proceso Investigativo

24 2018 al 28 de Septiembre

Elaboración estructura de producción radial

1 al 05 de Octubre del 2018

Producción

8 a 12 de octubre del 2018

Edición

24 de Octubre al 02 de
Noviembre

Emisión en emisoras y plataformas digitales.

3.5 ETAPA DE PREPRODUCCIÓN

Creación de las Piezas Sonoras

En relación a la producción radiofónica realizada con elementos claves como lo fue ocho dramatizados, que respondían necesariamente a las necesidades: sociales, comportamientos, cambios de actitud de las personas, culturales. Temas como el stress, la crítica, el juicio de valor y el chisme, entre otros. Además contaron con la participación de personas intérpretes quienes fueron encargados de darles vida a los personajes creados para cada una de las situaciones plasmadas en los diferentes diálogos.

Todo esto fue encaminado durante un proceso de investigación y consulta con profesionales que permitió un proceso de retroalimentación sobre el tema central y sus respectivas características. De igual manera se hizo una inversión en cuanto a recursos físicos como: computadores, programa de edición y espacios adquiridos para la grabación de los diferentes productos. Posteriormente determinamos en buscar pistas y audios de las mismas que permitieran seguir la línea que llevaría cada uno de los dramatizados realizados. La línea musical que se determinó para la producción fue un género como el jazz que fuera acertado para llegar más de manera acertada a las personas. Por medio de espacios adquiridos para la realización de los productos que finalmente irían en acompañamiento de la producción, estos tuvieron un proceso de oír atentamente el género que estaría más acorde a el mensaje que se quería dar.

Dramatizaciones, información y musicalización del producto radial

Los ocho productos hechos como dramatizados durante un proceso en el que lo temas centrales fueron recreados con situaciones presentadas en un diario vivir de los individuos, esto permitió un acercamiento

más claro hacia las personas que las escucharan. La metodología requerida principalmente fue crear situaciones complejas que podía vivir una persona en un día normal de su vida y en cualquier etapa. La información fue fundamental para la construcción teórica y como complemento para la creación de cada uno de los dramatizados junto con su desarrollo, algunas de las fuentes consultadas fueron diferentes partes artículos, proyectos de investigación, blogs. Esto permitiría tener una amplia visión de lo que se quería hacer entorno a cada una de las situaciones que presentarían los personajes, todo fue determinante para el proceso como lo fueron los temas y las personas expertas que harían parte de la producción.

Musicalización del producto radial

En este aspecto la búsqueda de pistas e intérpretes nos permitió la realización de productos sonoros que incluían voces y tonos que de manera clave captaran la atención, la música desde un principio se quiso hacer de manera que el género fuera el regué y sería este el slogan o jingle del producto final. Pero que posteriormente haría un cambio a un tono junto con un género pop- regueton cantado con el mensaje “mejora tu salud, cambiando de actitud”

Acompañamiento musical

El producto radial fue acompañado por pistas del género jazz instrumental que cumplió la función de ir acompañar cada narración; también se agregaron los efectos sonoros necesarios para cada uno de los dramatizados, con el ánimo de ubicar espacial y contextualmente las acciones que se realizaron en cada uno de los momentos

Dramatizados

Se concretó la creación de estos ocho dramatizados que estuvieran encaminados a recrear situaciones relacionadas con los temas tratados durante el proyecto, por eso sería necesario que se crearan de forma agradable al oído de quienes los escucharan. Las voces fueron requeridas de manera que se adaptaran a la finalidad con la que se habían creado cada uno de los diálogos, la forma en la que se debían hacer las pausas y el desarrollo de los momentos de que vivían los personajes.

Fuentes a consultar - Situaciones

Juicio, queja, estrés, solidaridad, Chisme, palabras Constructivas, resiliencia, crítica. Este proceso de documentación estuvo enfocado en la búsqueda de fuentes claves como: Artículos de investigación, proyectos de investigación, páginas de internet, blogs, etc. Que permito el proceso de retroalimentación en cuanto a conceptos claves relacionados al proyecto que se desarrolló.

Fuentes Entrevistadas

- MARIO CASTELLANOS – PSICÓLOGO ESPECIALISTA EN SALUD Y EL TRABAJO
- CESAR ARIAS TRABAJADOR SOCIAL
- MARTIN ARNOL FLOREZ – TERAPEUTA HOLISTICO
- ALBERTO SARMIENTO – FILOSOFO

FUENTES CONSULTADAS

- ❖ **TEXTOS**
- ❖ **TEÓRICOS**
- ❖ **ESTUDIOS Y ARTÍCULOS REFERENTES A LA PSICOLOGÍA POSITIVA Y ACTITUDES DE LAS PERSONAS**
- ❖ **EXPERTOS EN LA PSICOLOGÍA Y COMPORTAMIENTOS DE LOS INDIVIDUOS**
- ❖ **PSICÓLOGOS**
- ❖ **TERAPEUTAS**
- ❖ **TRABAJADORES SOCIALES**
- ❖ **COACH, Y PÁGINAS WEB**
- ❖ **COMO GUÍA PARA LA CREACIÓN DE ESTA PRODUCCIÓN RADIAL.**

Texto

La búsqueda de texto de investigación que se consultaron en proyectos desarrollados por medio de una investigación, fue clave para determinar los procesos que mantiene la psicología positiva junto con sus inicios, desarrollo, y evolución. Determinando de manera clave teóricos que habrían realizado procesos investigativos que tuvieran como eje central el tema de la psicología positiva y sus principales causas durante la existencia de la humanidad. Posteriormente se relacionaron y compararon diferentes temas, pero finalmente se determinó crear contenidos con ocho temas y características de la psicología positiva centrándose en dar un amplio conocimiento sobre la evolución del carácter de los seres humanos durante tiempos pasados.

Las situaciones abordadas en cada uno de los dramatizados tuvo un proceso de selección de temas a tratar durante el proceso de desarrollo que se llevó a cabo. Por eso llevó a cabo la realización de estos temas que serían claramente el reflejo de situaciones complejas para las personas en su entorno social, basados principalmente en estudiar más de cerca el problema del comportamiento negativo que mantienen los individuos cuando se ven vinculados en circunstancias y a su vez mezclan emociones que de una u otra manera les afecta de manera negativa, y de esta manera atraer pensamientos junto con comportamientos que puedan llegar a afectar hasta la salud de la persona. Los temas consultados fueron los siguientes:

* Juicio (No juzgar, Querer cambiar a otros)

* Actitud Individual (La queja, se tiende a la victimización sin ser responsable de cuáles son las acciones a emprender)

- * Estrés (Afecta directamente la salud de una persona, facilita la aparición de enfermedades o acelera el progreso de una enfermedad crónica)
- * Solidaridad (Ayudar sin recibir nada a cambio con la aplicación de lo que se considera bueno)
- * Chisme (Forma de “comunicación” que puede ir desde simple crítica hasta la invención de toda una historia en torno a determinado sujeto)
- * Palabras Constructivas (Percibir las situaciones en una actitud positiva)
- * Resiliencia (Reestructurar recursos psicológicos en función de las nuevas circunstancias en base a las propias necesidades)
- * Crítica (Reacción negativa, depresión o descalificación en los individuos)

3.5.2. Investigación Periodística

- * Desde la investigación periodística se tuvo en cuenta la participación de cinco profesionales expertos quienes aportaron desde su conocimiento información para la realización de los ocho dramatizados
- * Entre los profesionales consultados estuvo se tuvo presente a psicólogos, terapeuta holístico, coach de autoayuda, y filósofo magister en pedagogía, todo esto con el fin de exaltar sus conocimientos desde
- * La profesión de cada uno de ellos.

3.5.3. GUIÓN (S) REQUERIDOS PARA LA PRODUCCIÓN

1 : TEMA: El chisme

EXPERTO: Trabajador social- Cesar Arias

DURACIÓN: 01:23 Minutos

ITEM	CONTROL: DRAMATIZADO – TEMA CHISME	
01	CONTROL SUBE: EFECTO- RESTAURANTE (Personas hablando alrededor)	
02	CHISMOSA #1	Si supo que Sandra terminó con Andrés?
03	CONTROL SUBE : EFECTO-RESTAURANTE (Personas hablando alrededor)	
04	CHISMOSA #2	Qué, por fin?
05	CHISMOSA # 1	Y Usted por qué dice eso? Es que le alegra?
06	CHISMOSA #2	Ay no ... pero es que de verdad ya era hora, a él se le notaba que no la quería, además ¿qué es eso de andar saliendo a jugar con los amigotes y dejarlo a uno como un champiñón un jueves por la noche... no me parece
07	CHISMOSA # 1	Pero si a ella le aburren esos planes
08	CONTROL SUBE : PISTA MUSICAL – BASE DE JAZZ SMOOTH JAZZ	
09	NARRADOR	Cesar Arias –Trabajador Social
10	CONTROL SUBE : PISTA MUSICAL – BASE DE JAZZ- SMOOTH JAZZ	
11	EXPERTO CESAR ARIAS – TRABAJADOR SOCIAL	“El Chisme algo que tiene la sociedad, que se entiende sin ningún argumento, validez, comprobación. Porque el chisme es no tener una comprobación verídica, fáctica que realmente lo compruebe, pues simplemente se puede tergiversar cada vez que se transmite. Entonces desde el transmisor al receptor el chisme se va desintegrando en su idea como tal y que se pueda probar termina siendo una mentira”.
12	CONTROL SUBE : PISTA BASE INSTRUMENTAL DE HIP HOP MUSICAL- SEGUNDO PLANO	
13	NARRADORA	Cuando piense en hablar de alguien, reflexione acerca de si ¿Está absolutamente seguro de que lo que va a decir es cierto?, si ¿Es algo bueno? y si ¿Será útil para quienes lo escuchan
14	CONTROL SUBE PISTA JINGLE CANTADO	

2:

15	JINGLE	“ Mejora tu salud, cambiando de actitud yeah”
16	CONTROL SUBE: VOZ DEL NARRADOR	
17	NARRADOR	“Una campaña de la universidad de pamplona y del programa de comunicación social”

TEMA: Crítica hacia los demás

EXPERTO: Rodolfo Andrés Jáuregui – Psicólogo de Bienestar Universitario de la Universidad de Pamplona

DURACIÓN: 01: 21 Minutos

ITEM	CONTROL: DRAMATIZADO – CRITICA HACIA LOS DEMAS	
01	CONTROL SUBE: EFECTO- FIESTA- DISCOTECA (Personas hablando alrededor)	
02	CRITICÓN # 1	Ya vieron a Carina como está de gorda?
03	CONTROL SUBE : EFECTO- FIESTA- DISCOTECA (Personas hablando alrededor)	
04	CRITICONA # 2	Sí, parece una vaca jajajaja
05	CRITICÓN # 1	Si, ella come demasiado, es muy ordinaria
06	CRITICÓNA # 2	Expresión sarcástica) Acaso no se habrá visto en un espejo?
07	CHISMOSA # 3	Que va, ella no se quiere porque si lo hiciera dejaría de comer tanto.
08	CONTROL SUBE : PISTA MUSICAL – BASE DE JAZZ SMOOTH JAZZ	

09	NARRADOR	Rodolfo Andrés Jáuregui – Psicólogo de Bienestar Universitario de la Universidad de Pamplona
10	CONTROL SUBE : PISTA MUSICAL – BASE DE JAZZ SMOOTH JAZZ	
11	RODOLFO ANDRES JAUREGUI – PSICOLOGO DE BIENESTAR UNIVERSITARIO DE LA UNIVERSIDAD DE PAMPLONA	Tristemente somos una cultura de la no prudencia y nos dejamos llevar por lo que pensamos y decimos eso sin tener en cuenta lo que la otra persona siente o vive, entonces lo primero que se falla es en la falta de prudencia y en la falta de información porque a veces también la crítica proviene de lo que yo pienso pero no de lo que realmente está viviendo la otra persona
12	CONTROL SUBE : PISTA BASE INSTRUMENTAL DE HIP HOP MUSICAL SEGUNDO PLANO	
12	NARRADORA	En nuestra cultura estamos acostumbrados a identificar más fácilmente los defectos y los errores, que las cualidades y las oportunidades de los demás. Valdría la pena prestarle más atención a lo positivo de las personas, a sus virtudes, fortalezas y enseñanzas
13	CONTROL SUBE : PISTA JINGLE CANTADO	
14	JINGLE	“ Mejora tu salud, cambiando de actitud yeah”
15	CONTROL SUBE: VOZ DEL NARRADOR	
16	NARRADOR	“Una campaña de la Universidad de Pamplona y del Programa de Comunicación Social”

TEMA: Queja

EXPERTO: Mario castellanos- Psicólogo especialista en seguridad y salud en el trabajo

DURACIÓN: 01: 25 Minutos

ITEM	CONTROL: DRAMATIZADO – TEMA QUEJA	
01	CONTROL SUBE: EFECTO- LLUVIA- TRUENOS	
02	QUEJONA # 1	Ay no! Está lloviendo, me caen gordos los días grises!
03	CONTROL SUBE : EFECTO- LLUVIA	
04	QUEJON # 2	Ay pero tan rico que llueva, se siente fresquito el clima
05	QUEJONA # 1	Si como no, (irónica): nos daña el cabello... y no podemos salir... y hace frío. Riquísimo
06	CONTROL SUBE : PISTA MUSICAL – BASE DE JAZZ SMOOTH JAZZ	
07	NARRADOR	Mario castellanos- Especialista en seguridad y salud en el trabajo
08	CONTROL SUBE : PISTA MUSICAL – BASE DE JAZZ SMOOTH JAZZ	
09	MARIO CASTELLANOS- PSICÓLOGO ESPECIALISTA EN SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	Es importante tener una autoevaluación saber que debemos tener un momento de ese espacio de entender que nosotros no somos perfectos y que también nos equivocamos y que a través de esa equivocación también debo ser responsable consecuente, muchas veces las quejas se dan es porque quien se queja no acepta su culpabilidad y nunca es positivo ni tampoco formula soluciones.
10	CONTROL SUBE : PISTA BASE INSTRUMENTAL DE HIP HOP MUSICAL – SEGUNDO PLANO	

4:

11	NARRADORA	Un ejercicio constante de queja por parte de una persona, sugiere falta de gratitud hacia todo lo maravilloso que le rodea: el poder pensar, vivir, gozar de salud, comer, e incluso tener la oportunidad de aprender de sus propios errores
12	CONTROL SUBE : PISTA JINGLE CANTADO – PRIMER PLANO	
13	JINGLE	“ Mejora tu salud, cambiando de actitud yeah”
14	CONTROL SUBE: VOZ DEL NARRADOR	
15	NARRADOR	“Una campaña de la Universidad de Pamplona y del Programa de Comunicación Social”

TEMA: Resiliencia

EXPERTO: Martin Arnol Florez – Terapeuta Holístico

DURACIÓN: 01: 40 Minutos

ITEM	CONTROL: DRAMATIZADO – TEMA RESILIENCIA	
01	CONTROL SUBE: EFECTO- CERVEZA DESTAPADA	
02	RESILIENTE # 1	Compa por fin lo veo! Ha pasado mucho tiempo! como le ha ido?
03	CONTROL SUBE : PISTA MUSICAL DE FONDO	
04	RESILIENTE #2	Pues la verdad no ha sido fácil. Estuve preso pagando un crimen que no cometí, pero bueno ya salí, lo que pasó me sirvió para valorar mi libertad, mi vida, mi familia. Tantas cosas buenas que uno tiene y no se da cuenta

05	RESILIENTE # 1	Increíble! Pero sobre todo, admirable su fuerza y capacidad para salir adelante a pesar de las dificultades. Además poder encontrarle algo bueno a todo eso...
06	CONTROL SUBE : PISTA MUSICAL – BASE DE JAZZ SMOOTH JAZZ	
07	NARRADOR	Martin Arnol Flórez – Terapeuta Holístico
08	CONTROL SUBE : PISTA MUSICAL – BASE DE JAZZ SMOOTH JAZZ SEGUNDO PLANO	
09	MARTIN ARNOL FLOREZ – TERAPEUTA HOLISTICO	La resiliencia está relacionado con la capacidad de caer y levantarse es un proceso de adaptabilidad, tener la capacidad de estar en una situación y verle el lado positivo y moldar la situación y de alguna manera sacarle ventaja a la situación Fortalece la personalidad porque le ayuda a la aplicación de estrategias en la búsqueda de soluciones y en la búsqueda de vérselo todo de manera positiva y favorable.
10	CONTROL SUBE : PISTA BASE INSTRUMENTAL DE HIP HOP MUSICAL SEGUNDO PLANO	
11	NARRADORA	Cuando crea que algún problema en su vida no tiene solución, véalo como un asunto por vencer de manera positiva. Búsquele el lado bueno, trace las metas que están a su alcance, sea realista y crea en sus capacidades. Las dificultades serán vencidas gracias a su propio esfuerzo
12	CONTROL SUBE : PISTA JINGLE CANTADO	

13	JINGLE	“ Mejora tu salud, cambiando de actitud yeah”
14	CONTROL SUBE: VOZ DEL NARRADOR	
15	NARRADOR	“Una campaña de la Universidad de Pamplona y del Programa de Comunicación Social”

5TEMA: Solidaridad

EXPERTO: Alberto Sarmiento – Filósofo

DURACIÓN: 01: 34 Minutos

ITEM	CONTROL: DRAMATIZADO – TEMA SOLIDARIDAD	
01	CONTROL SUBE: EFECTO- UN RADIO SONANDO SEGUNDO PLANO	
02	SOLIDARIA # 1	Ay no Johana no sé qué voy hacer con ese trabajo de matemáticas está súper difícil
03	CONTROL SUBE : EFECTO RADIO SEGUNDO PLANO	
04	SOLIDARIA # 2	Tranquila, eso es pan comido, si quiere yo le explico ese tema y se va a dar cuenta que es fácil
05	SOLIDARIA # 1	Si me ayuda se lo agradecería, ando más perdida! los números y yo no compaginamos, y como cuanto me cobra por eso? Ándeme pasito, no?
06	SOLIDARIA # 1	Tranquila, nada. Fresca que para eso son las amigas o no?
07	CONTROL SUBE : PISTA MUSICAL – BASE DE JAZZ SMOOTH JAZZ	

6:

08	NARRADOR	Alberto Sarmiento – Filósofo
09	CONTROL SUBE : PISTA MUSICAL – BASE DE JAZZ SMOOTH JAZZ SEGUNDO PLANO	
10	ALBERTO SARMIENTO – FILOSOFO	(...)Entendiendo que el ser solidario es un valor agregado como lo es la cooperación, el apoyo, junto con el apoyo a lo social en donde los individuos deben desprenderse de quienes y de esta forma encontrarnos con el mundo exterior con aquellas personas que están pasando circunstancias duras en la vida. (...)Es un valor “yo vine al mundo a servir, no a que me sirvan” es una de las complementaciones acerca de la definición del servicio que es una labor que cumplen la mayoría de seres humanos en la sociedad.
11	CONTROL SUBE : PISTA BASE INSTRUMENTAL DE HIP HOP MUSICAL SEGUNDO PLANO	
12	NARRADORA	Una persona solidaria comprende al otro, se pone en sus zapatos, analiza su situación, de allí surge la compasión, que no juzga razones ni causas, solo ofrece la ayuda que el otro requiera
13	CONTROL SUBE :	PISTA JINGLE CANTADO
14	JINGLE	“ Mejora tu salud, cambiando de actitud yeah”
15	CONTROL SUBE:	VOZ DEL NARRADOR
16	NARRADOR	“Una campaña de la Universidad de Pamplona y del Programa de Comunicación Social”

TEMA: JUICIO

EXPERTO: Martin Arnol Flórez – Terapeuta Holístico

DURACIÓN: 01: 39 Minutos

ITEM	CONTROL: DRAMATIZADO – TEMA JUICIO	
01	CONTROL SUBE: EFECTO- PERRO LADRANDO SEGUNDO PLANO	
02	JUZGONA # 1	Oiga vecina vi que se pasó alguien nuevo para su casa
03	JUZGONA # 2	Ah sí, un muchacho es todo buena gente y servicial
04	CONTROL SUBE : EFECTO CARROS Y MOTOS PASANDO POR LA CALLE TERCER PLANO	
05	JUZGONA #1	Aaamm ya, vecina y usted d si sabe en que trabaja? es que me da como mala espina, todos los días en camionetas último modelo, no le parece como raro?
06	JUZGONA # 2	A ver vecina, primero que todo uno no puede hablar sin saber. Los carros y las camionetas no son de él, él los trae para mostrarlos a los clientes porque trabaja en una compra-venta de vehículos usados
07	JUZGONA # 1	Sarcástica) Jumm pues yo de usted tendría cuidado, uno nunca sabe....
08	CONTROL SUBE : PISTA MUSICAL – BASE DE JAZZ SMOOTH JAZZ	
09	NARRADOR	Martin Arnol Flórez – Terapeuta Holístico

7:

10	<p align="center">CONTROL SUBE : PISTA MUSICAL – BASE DE JAZZ SMOOTH JAZZ SEGUNDO PLANO</p>	
11	<p align="center">MARTIN ARNOL FLOREZ – TERAPEUTA HOLISTICO</p>	<p>El juicio lo que busca es establecer las diferencias, solo que cuando un juicio no se hace con amor entonces pasa a ser un juez implacable infalible y paso a hacer daño pero para yo poder comprender una situación necesito y juzgar necesito antecedente para comprender perfectamente la situación de lo contrario no podría Para no juzgar a otros es importante la comprensión de que cada uno tiene una historia y del malo no es malo porque sí.</p>
12	<p align="center">CONTROL SUBE : PISTA BASE INSTRUMENTAL DE HIP HOP MUSICAL SEGUNDO PLANO</p>	
13	<p align="center">NARRADORA</p>	<p>Juzgar es algo que se hace con la intención de dañar a otros porque se cree tener la posibilidad de evaluar las acciones de los demás y hacer construcciones inadecuadas. En esta dinámica es clave respetar y no hacer suposiciones desde la subjetividad</p>
14	<p align="center">CONTROL SUBE : PISTA JINGLE CANTADO</p>	
15	<p align="center">JINGLE</p>	<p align="center">“ Mejora tu salud, cambiando de actitud yeah”</p>
16	<p align="center">CONTROL SUBE: VOZ DEL NARRADOR</p>	
17	<p align="center">NARRADOR</p>	<p align="center">“Una campaña de la Universidad de Pamplona y del Programa de Comunicación Social”</p>

TEMA: PALABRAS CONSTRUCTIVAS

EXPERTO: Mario castellanos- Psicólogo especialista en seguridad y salud en el trabajo

DURACIÓN: 01: 40 Minutos

ITEM	CONTROL: DRAMATIZADO – TEMA PALABRAS CONSTRUCTIVAS	
01	CONTROL SUBE: EFECTO- COLGANDO UN CELULAR	
02	JOVEN QUEJANDOSE # 1	Voz de preocupada) No, definitivamente ya no sé qué hacer. No puedo con mis deudas, ya no aguanto un cobro más, una llamada más y lo que gano no me alcanza para todo lo que debo
03	PERSONA CON PALABRA POSITIVA # 2	Pero María, “Siempre vas a encontrar circunstancias duras en tu vida, pero lo importante es hacerles frente respondiendo tranquila y sabiamente a cada una de ellas” Respira, tómate tu tiempo para buscar las rutas más adecuadas. Pero no te des por vencida
04	CONTROL SUBE : PISTA MUSICAL – BASE DE JAZZ SMOOTH JAZZ	
05	NARRADOR	Mario castellanos- Especialista en seguridad y salud en el trabajo
06	CONTROL SUBE : PISTA MUSICAL – BASE DE JAZZ SMOOTH JAZZ SEGUNDO PLANO	
07	MARIO CASTELLANOS- ESPECIALISTA EN SEGURIDAD Y	La palabra es algo mágico y con ella podemos hacer muchas cosas sobre todo si es algo constructivo podemos ayudar a que la persona salga de un problema y podemos ayudarla a que parte de ese salida del problema pueda construir un nuevo futuro Beneficia mucho en la capacidad de poder ayudar al

8:

	SALUD EN EL TRABAJO	otro a reconocer sus habilidades, reconocer sus fortalezas en potencializarlas porque muchas veces no es que no las reconozca si no que no sabe como ejercerla de una manera adecuada y cuando yo le muestro que si se puede o si se nota o si son visibles para los demás pues ayuda a que la persona reconozca y de esa manera pueda utilizar y mejorar su calidad de vida
08	CONTROL SUBE : PISTA BASE INSTRUMENTAL DE HIP HOP MUSICAL SEGUNDO PLANO	
09	NARRADORA	Con nuestras palabras ayudamos y motivamos al otro porque reconocemos sus habilidades, fortalezas y las potencializamos. Si nuestras palabras son constructivas, hay armonía en el ambiente, mayor aprendizaje y mejora todos los procesos
10	CONTROL SUBE :	PISTA JINGLE CANTADO
11	JINGLE	“ Mejora tu salud, cambiando de actitud yeah”
12	CONTROL SUBE:	VOZ DEL NARRADOR
13	NARRADOR	“Una campaña de la Universidad de Pamplona y del Programa de Comunicación Social”

TEMA: STRESS

EXPERTO: Mario castellanos- Psicólogo especialista en seguridad y salud en el trabajo

DURACIÓN: 01: 24 Minutos

ITEM	CONTROL: DRAMATIZADO – STRESS	
01	CONTROL SUBE: EFECTO- TELEFONO SONANDO EN OFICINA TERCER PLANO	
02	ESTRADA # 1	Qué hago primero...a ver...las cuentas de los recibos por pagar! ...mmm...no, mejor la lista de requerimientos que pidió la jefe. Ay no! Debo llevarle las carpetas con los documentos al doctor Perez. (susto) Hmmm!! Y me hacen falta los cheques del banco, y ya lo van a cerrar!! Por Dios son tantas cosas por hacer! Si no hago todo hoy, me voy a quedar sin trabajo!
03	CONTROL SUBE : PISTA MUSICAL – BASE DE JAZZ SMOOTH JAZZ	
04	NARRADOR	Mario castellanos- Especialista en seguridad y salud en el trabajo
05	CONTROL SUBE : PISTA MUSICAL – BASE DE JAZZ SMOOTH JAZZ SEGUNDO PLANO	
06	MARIO CASTELLANOS- ESPECIALISTA EN SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	El estrés es la condición en el que no somos capaz de responder de una manera adecuada a nuestras situaciones emergentes por lo tanto se genera displacer en nuestro cuerpo todo un tema no solo físico si no también neuronal.
07	CONTROL SUBE : PISTA BASE INSTRUMENTAL DE HIP HOP MUSICAL	

3.7

SEGUNDO PLANO		
08	NARRADORA	Cuando se sienta agobiado por el estrés busque hacer una pausa para relajarse, respire conscientemente, tómese su tiempo para reflexionar sobre las causas de su sensación y cambie pensamientos, actitudes o emociones que puedan estar causando su malestar. Recuerde que también es muy importante comer saludablemente, renovar rutinas y descansar lo suficiente.
09	CONTROL SUBE :	PISTA JINGLE CANTADO
10	JINGLE	“ Mejora tu salud, cambiando de actitud yeah”
11	CONTROL SUBE:	VOZ DEL NARRADOR
12	NARRADOR	“Una campaña de la Universidad de Pamplona y del Programa de Comunicación Social”

ETAPA DE POSTPRODUCCIÓN:

En esta etapa se escuchó y examinó el material grabado partiendo desde los dramatizados radiales hasta las entrevistas realizadas con los expertos y la voz en off del narrador; con el fin de seleccionar el material y ensamblar las piezas finales de la producción.

Los productos obtenidos, se revisaron en 3 ocasiones. Durante la primera ocasión se escucharon cada una de las piezas sonoras con el fin de seleccionar los dramatizados, más acordes a la producción.

Durante el segundo examen, se continuaron seleccionando las piezas finales(dramatizados grabados) que acompañaron la campaña radial. Se cronometraron además cada una de las piezas auditivas y se hicieron algunos ajustes en el guión .Además se realizaron las primeras grabaciones de la narración, el Jingle, y la selección de la pista.

Se realizó la limpieza de cada una las piezas sonoras o dramatizados y la primera edición de la campaña radial, mientras que durante el tercer paso de esta etapa de postproducción se dio inicio a la edición del material producido.

De las 8 horas de grabación resultante de entrevistas ,y dramatizados se seleccionó cierta parte de información que sirvió para la elaboración de la campaña y las cuñas radiales.

3.7.2 EDICIÓN Y MONTAJE DE LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA:

La edición de la campaña se realizó a través del programa ADOBE AUDITION.

En la primera parte de esta etapa se hizo la selección de las entrevistas según los temas previstos en este proyecto con el fin de darle un discurso ágil y coherente a la estructura de las cuñas que hacen parte de esta campaña radial, para ello fue necesario limpiar y afinar cada una de las piezas sonoras que se elaboraron.

Se grabó además la voz en off con la identificación de los expertos e información de las temáticas descritas, posteriormente se escogió los diálogos que hicieron parte de las 8 cuñas y dramatizados, para después armar las piezas radiales, y hacer la selección de la música que acompañó las cuñas, desde el principio como en el final.

De esta forma las cápsulas pudieron encajar correctamente con las con las temáticas que se plantearon, a ellas se sumaron los efectos, musicalización y jingle de la campaña. De lado quedaron las entrevistas que no aportaban información relevante para cada una de las cuñas radiales.

Concluida la etapa de postproducción, se da por finalizado el proceso de selección para la elaboración de la campaña radial que hace parte de este proyecto investigativo, obteniendo como resultado ocho cuñas radiales para la promoción de las actitudes positivas en los individuos.

3.7.2 FICHA TÉCNICA:

NOMBRE DE LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA:

Campaña radial para la promoción de
Actitudes positivas en los habitantes de la ciudad de Cúcuta

FORMATO: Radial – Mp3

GÉNERO: Informativo- Dramatizado

TEMA CENTRAL: Promoción de actitudes positivas

EQUIPO DE PRODUCCIÓN

Personajes Dramatizados:

Daniela Marmolejo	Johanna Herrera	Sebastián Duarte	Juliana Molina	Omar Casadiego	Diana Jaimes	Yuri Lozano	Bryan García
Roles Chismosa - Quejona -Joven preocupada -Joven dando palabras constructivas	-Chismosa - La joven que se queja	-Criticón - Resiliente	-La joven respondiendo la pregunta de su vecina - Joven brindando ayuda a su amiga con el trabajo	- Resiliente - Joven respondiendo a la persona quejona	-Estresada	-Criticona - joven Juzgando-preguntando	-Criticón

EQUIPO DE PRODUCCIÓN: NARRADORES

NARRADOR DE IDENTIFICACIÓN DE EXPERTOS	NARRADORA DE INFORMACION DE PROFUNDIDAD TEMÁTICA
MAURY GUTIERREZ	LORENA VARGAS

MEDIO DE EMISIÓN: Emisoras

FECHA Y HORA DE EMISIÓN: 24 de Octubre al 02 de Noviembre

HORARIO: lunes a viernes entre las 08:00 Am a 7: 00PM emitidas en el break publicitario de cada programación

DURACIÓN: 30- 45 segundos.

FRECUENCIA: Diarias - semanalmente

GÉNERO: Informativo- Dramatizado

EMISORA: La voz del Norte 1.040 AM Cúcuta

- **FECHA Y HORA DE EMISIÓN:** 24 de Octubre al 02 de Noviembre

HORARIO: lunes a viernes entre las 08:00 Am a 12: 00PM emitidas durante la programación habitual de la emisora

DURACIÓN: 30- 45 segundos.

FRECUENCIA: Diarias - semanalmente

GÉNERO: Informativo- Dramatizado

EMISORA: UFPS RADIO 95.2 FM

- FECHA Y HORA DE EMISIÓN: 24 de Octubre al 02 de Noviembre

HORARIO: lunes a viernes entre las 08:00 Am a 12: 00PM emitidas durante la programación habitual de la emisora

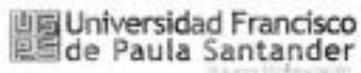
DURACIÓN: 30- 45 segundos.

FRECUENCIA: Diarias - semanalmente

GÉNERO: Informativo- Dramatizado

EMISORA: IMPACTO STEREO, 98.2 FM – VILLA DEL ROSARIO

3.7.3. EVIDENCIA DE LA EMISIÓN DE LAS PRODUCCIONES RADIOFÓNICAS



Cúcuta, 29 de octubre de 2018

Señores:
UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
Presente

Cordial saludo:

Me permito informar que los spots radiales correspondientes al proyecto "La radio: un medio de promoción de actitudes positivas como estrategias de construcción social" se estarán transmitiendo desde el 24 de octubre hasta el 2 de noviembre cada hora entre las 8:00 a.m. y las 12:00 m durante la programación habitual de la emisora Ufps Radio 95.2 FM de lunes a viernes.

Sin otro particular,

GLADYS ADRIANA ESPINEL RUBIO
Coordinadora CECOM
Directora Emisora



ASOCIACIÓN CRISTIANA DE COMUNICACIONES IMPACTO

Personería Jurídica No. 116 del 07 de Noviembre de 1995 | Nit. 807.005.144-2
Radio Comunitaria Impacto Stereo 98.2 f.m.

**EL SUSCRITO DIRECTOR DE LA EMISORA
MIGUEL ANGEL SILVA REY**

CERTIFICA:

Que a través de la emisora comunitaria **IMPACTO STEREO 98.2 F.m.** se transmitió la campaña radial "**LA RADIO UN MEDIO DE PROMOCIÓN DE ACTITUDES POSITIVAS COMO ESTRATEGIA DE CONSTRUCCIÓN SOCIAL**", realizada en curso del trabajo de grado del programa de Comunicación Social Facultad Artes y Humanidades de la Universidad de Pamplona de los estudiantes **KELLY JOHANNA HERRERA CHINCHILLA** Identificada con C.C 1090497200, **YULY LORENA LOZANO MALDONADO** Identificada con C.C 1093779107, y **SANDY JULIANA MOLINA GARCÍA** Identificada con C.C 1090437380.

El plan de emisión se desarrolló durante el periodo del 24 de Octubre al 02 de Noviembre de 2018, con las siguientes especificaciones:

CLIENTE: Colectivo Kelly, Yuli, Sandy.

PRODUCTO: Campaña Radial Actitudes Positivas.

CUÑAS AL DÍA: 01

TOTAL CUÑAS: 08

Para constancia se firma en Villa del Rosario Departamento Norte de Santander a los 30 días del mes de Noviembre de 2018.

Atentamente,

MIGUEL ANGEL SILVA REY
C.C. 1.090.419.014
Director Emisora



**EL GERENTE DE LA ESTACIÓN RADIAL
LA VOZ DEL NORTE 1.040 AM DE CUCUTA**

CERTIFICA:

Que las señoritas **KELLY JOHANNA HERRERA CHINCHILLA** identificada con C.C. N° 1090497200, **YULI LORENA LOZANO MALDONADO** identificada con C.C. N° 1093779107 y **SANDY JULIANA MOLINA GARCÍA** identificada con C.C. N° 1090437380, quienes son estudiantes de Comunicación Social facultad de Artes y Humanidades de la Universidad de Pamplona, realizaron una campaña radial denominada **“LA RADIO UN MEDIO DE PROMOCIÓN DE ACTITUDES POSITIVAS COMO ESTRATEGIA DE CONSTRUCCIÓN SOCIAL”** la cual está compuesta por la transmisión de 08 cuñas diarias de Lunes a Viernes, emitidas en el breack de cada hora, en los siguientes horarios de 8:00 am – 9:00 am - 11:00 am – 12:00 m – 2:00 pm - 3:00 pm – 5:00 pm – 7:00 pm, durante el periodo del 24 de octubre al 02 de noviembre de 2018.

Se expide la presente a solicitud del interesado, a los dos (02) días del mes de noviembre de 2018.

DIEGO FERNANDO QUIÑONES TORRES
Gerente

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES:

El trabajo planteado acerca de la implementación de una actitud positiva, siendo principalmente analizado desde la psicología positiva como un punto de partida que deben tener las personas frente a diferentes situaciones que se pueden presentar en determinados momentos de la vida, contribuyendo a un cambio de pensamiento y comportamiento por parte de los individuos. Dejando claramente un reflejo aún más claro que en ocasiones los comportamientos de los individuos pueden verse reflejados por medio de las influencias sociales a las que están expuestos en su entorno, y es por eso que la persona tiende a pre indisponerse a ver las cosas diferentes.

Dentro de un proyecto de investigación basado principalmente en hacer conciencia en las personas del común como lo fue este, es muy claro abordar distintos puntos de vista como las necesidades reales y comunes que aún viven las personas en determinados momentos de la vida. Por eso mediante un proceso de análisis se pudo evidenciar que las influencias que son recibidas por parte de las personas en su entorno, pueden afectar su forma de percibir las cosas en su entorno social, familiar y emocional. Por eso es necesario resaltar que este proyecto se proyecta principalmente en las actitudes que se pueden ver evidenciadas en los individuos, determinando que así mismo como ellos piensan de igual manera se proyectan en su vida.

Es por eso que a lo largo del desarrollo de este documento se evidenció que una de las causas más frecuentes es la falta de actitud y cambio de pensamiento por parte de las personas cuando viven una situación compleja en sus vidas, tienden a crear pensamientos de sí mismos acerca de que las situaciones son imposibles de solucionar debido a la magnitud en la que el sujeto ve el hecho. Son los sujetos los principales actores en tomar un cambio positivo que permita crear personas capaces y conscientes que su

actitud no es la adecuada para afrontar sucesos determinantes en su vida diaria. Por eso es fundamental resaltar que este proyecto se fundamente en las actitudes de los individuos con respecto a determinar que cuando es la persona la que cambia su manera de pensar es ahí precisamente donde los sujetos deben asumir una actitud positiva y pensar que cada uno de sus proyectos saldrán de la mejor manera. Cabe mencionar que los individuos viven situaciones preocupantes en su cotidianidad, y esto conlleva a que los individuos sufran sucesos como la depresión junto con otros daños que se causan así mismos. Las personas por si solas no van a cambiar de pensamiento ni mucho menos de actitud, por eso es preciso destacar la importancia del desarrollo de las ocho capsulas radiales que fueron creadas por medio de la narración de ocho dramatizados que estuvieron creadas con el fin de crear un cambio de pensamiento en las personas que las escucharan.

De manera estricta es importante que se hiciera la implementación de una campaña radiofónica de esta magnitud capaz de permitirles a las personas autoanalizar y ser conscientes que ante cualquier hecho siempre deben ver el lado positivo de los problemas. Y claramente si son las personas las que aceptan que están actuando mal, podríamos llegar a concluir que el resultado fue satisfactorio.

RECOMENDACIONES

Al haber concluido finalmente el desarrollo de un proyecto como este, se espera lograr un alcance satisfactorio en el cambio de comportamiento y actuar de las personas en su entorno social cuando se presentan hechos que involucran situaciones difíciles en cualquiera de las áreas de su vida.

Por lo tanto es sumamente importante encaminar a los sujetos a vivir una vida más consciente y mejorar la capacidad de ver el lado positivo en cualquier suceso que acontezca en sus vidas; por eso sería oportuno la implementación de futuras campañas radiofónicas que vayan dirigidas a crear en el oyente un cambio de pensamiento y muy claramente su comportamiento que les abra la posibilidad de ver las situaciones difíciles desde un ángulo positivo. Siendo de esta manera realizar una comparación de los resultados obtenidos en un antes y después de las campañas realizadas que ofrezcan un claro panorama sobre las reacciones que tuvieron los sujetos al momento de oír la campaña desglosada de las cuñas radiales en pro de un cambio de pensamiento en la sociedad.

Otra de las recomendaciones sería en parte a los profesionales de la comunicación, que incluyan más a profundidad temas basados principalmente en optar por producir un cambio de comportamiento en las personas tanto a nivel regional como estudiantes que vayan encaminados a seguir en la línea del cambio de actitud y pensamientos.

Es importante que los docentes de la comunicación sigan el proceso de reforzar el conocimiento que deben mantener los futuros profesionales sobre la importancia de promover comportamientos positivos en situaciones adversas en la sociedad.

Referencias Bibliográficas

- Actitud Positiva. (s.f.). *Entrevista con experto*. Recuperado de:
<https://actitudpositiva567.wordpress.com/entrevista-con-experto/>
- Alvez, M. (2011). *La nueva teoría de la psicología positiva*. Recuperado de:
<https://psicologiapositivauruguay.com/2011/08/12/la-nueva-teoria-de-la-psicologia-positiva/>
- Banco de la República de Colombia. (s.f.). *Teoría de la Comunicación y algunas corrientes*. Recuperado de:
http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Teor%C3%ADa_de_la_Comunicaci%C3%B3n_y_algunas_corrientes
- Barcala, A., Luciani, L., Laino, C., López, V., Lorenzini, C., Czerniecki, S., et al. (s.f.). *El proyecto de investigación desarrollado*. Recuperado de: <https://www.teseopress.com/saludmental/chapter/39/>
- Bessa, M., Gomes, M., Cavalcante, I., Lima, M., Lira, L. y Soares, R. (2014). *Proyecto terapéutico en salud mental*. Recuperado de: http://www.alass.org/cont/priv/calass/docs/2014/sesion31/05-09_sesion31_5.pdf
- Biblioteca Virtual en Salud. (s.f.). *Prevalencia de depresión, ansiedad, consumo de alcohol y factores asociados en personas ≥ 18 años en las zonas de influencia atendidas por los médicos en servicio social, Cohorte marzo 2016- marzo 2017*. Recuperado de:
<http://www.bvs.hn/php/level.php?lang=es&component=59&item=42>
- Castillero, O. (s.f.). *Martin Seligman: biografía y teorías en la Psicología Positiva*. Recuperado de:
<https://psicologiaymente.com/biografias/martin-seligman>

- Castillo, N. (2015). Uso de avisos para la explotación y la trata de jóvenes en América Latina. *Anagramas*, 13(26), 57-80. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/anqr/v13n26/v13n26a04.pdf>
- Celis, S. (s.f.). *Actitud positiva*. Recuperado de: <https://www.sebascelis.com/pensamiento-positivo/actitud-positiva/>
- Contreras, F. y Esguerra, G. (2006). Psicología positiva: una nueva perspectiva en psicología. *Diversitas*, 2(2), 311-319. Recuperado de: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-99982006000200011
- Del Pozo Para, E. (2006). Programa de promoción de la Salud Mental dirigido a la población adolescente en la escuela. *Biblioteca Lascasas*, 2(4), 1-44. Recuperado de: <http://www.index-f.com/lascasas/documentos/lc0180.pdf>
- Departamento de Salud del Gobierno de Navarra. (2017). *Proyectos de Investigación sobre el impacto en salud mental de los factores sociales*. Recuperado de: <https://www.navarrabiomed.es/es/actualidad/convocatorias/proyectos-de-investigaci%C3%B3n-sobre-el-impacto-en-salud-mental-de-los-factores>
- Diaz, D. (2016). *Como afecta nuestra actitud a la salud*. Recuperado de: <https://saludybienestardianablog.wordpress.com/2016/09/06/como-afecta-nuestra-actitud-a-la-salud/>
- Doctora Amparo. (2013). *La actitud positiva*. Recuperado de: <https://raleigh.quepasanoticias.com/noticias/opinion/a-corazon-abierto-dra-amparo/la-actitud-positiva>
- El Espectador. (2012). *Estrés afecta al 38% de los trabajadores en Colombia*. Recuperado de: <https://www.elespectador.com/noticias/salud/estres-afecta-al-38-de-los-trabajadores-colombia-articulo-373408>

El País. (1981). *Marshall McLuhan, fue uno de los grandes teóricos de la comunicación*. Recuperado de: https://elpais.com/diario/1981/01/02/cultura/347238003_850215.html

Equipo Editorial. (2018). *Como se forman las actitudes - Psicología social*. Recuperado de: <https://www.psicologia-online.com/como-se-forman-las-actitudes-psicologia-social-1263.html>

Espinoza, E. (2016). *Marco teórico*. Recuperado de: <http://www.bvs.hn/Honduras/UICFCM/SaludMental/Marco.Teorico.SALUD.MENTAL.MSS.2016>.

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. (2011). *Comunicación para el desarrollo. Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas*. Recuperado de: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/communication_form_development_oslo_c4d_pda_es.pdf

Galileo Universidad. (2011). *Actitud positiva: la importancia del optimismo*. Recuperado de: <http://www.galileo.edu/esdap/historias-de-exito/actitud-positiva-la-importancia-del-optimismo/>

Galindo, J. (s.f.). *Actitud positiva ante la vida y su influencia en el éxito y la felicidad*. Recuperado de: <https://blogsostenible.wordpress.com/ecoarticulos/ecofilosofia/actitud-positiva-ante-la-vida-y-su-influencia-en-el-exito-y-la-felicidad/>

Galvis, M. (2015). Teorías y modelos de enfermería usados en la enfermería psiquiátrica. *Revista Cuidarte*, 6(2), 1108-1120. Recuperado de: <https://www.revistacuidarte.org/index.php/cuidarte/article/view/172/471>

García, A. (2017). *Psicología positiva: Qué es y cómo aplicarla en diferentes entornos. Un manual útil*. Recuperado de: <https://blog.cognifit.com/es/psicologia-positiva/>

Giraldo, C., Naranjo, S., Tovar, E. y Córdoba, J. (2008). *Teorías de la comunicación*. Recuperado de: [https://www.utadeo.edu.co/sites/tadeo/files/node/publication/field_attached_file/pdf-](https://www.utadeo.edu.co/sites/tadeo/files/node/publication/field_attached_file/pdf-teorias_de_la_comunicacion-pag.-_web-11-15_0.pdf)

teorias_de_la_comunicacion-pag.-_web-11-15_0.pdf

- Gomez, A. y Macias, R. (2012). *La participación y su importancia para el desarrollo cultural en la comunidad de Gastón en el municipio de Majibacoa*. Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/cccss/20/gamr.html>
- González, O. (1994). *Estrés laboral: el mal del siglo*. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-262537>
- Guinsberg, E. (2003). La influencia de los medios masivos en la formación del sujeto: una perspectiva psicoanalítica. *Psicología en Estudio, Maringá*, 8(1), 3-12. Recuperado de: <http://www.scielo.br/pdf/pe/v8n1/v8n1a02.pdf>
- Huertas, M. (s.f.). *Actitud Positiva 10 consejos*. Recuperado de: http://www.liderazgoymercadeo.com/salud_tema.asp?id=998#
- Jaimes, D. (s.f.). *Hoja de vida*. Recuperado de: https://scienti.colciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001460401
- Jordan, F. (1993). *Actitud negativa o realidad*. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-127281>
- Lanza, P. (2013). *Un verdadero ejemplo de actitud positiva*. Recuperado de: <http://www.grupofinsi.com/blog.asp?vcblog=952>
- Lluch, M. y Roldan, J. (2016). *Diseños de proyectos de investigación en enfermería de salud mental y adicciones*. Recuperado de: <http://evidencia.com/wp-content/uploads/2016/12/PI-salud-mental.pdf>
- Lopez, B. (2014). *Propuesta para la creación de un programa radial para promover iniciativas ecológicas guatemaltecas como modelos de desarrollo sostenible*. Tesis de grado, Ciudad de Guatemala, Universidad Rafael Landívar. Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/01/Lopez-Berta.pdf>

- Lopez, C. (2015). Investigación en salud mental: un compromiso de todos. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 44(1), 1-2. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/rcp/v44n1/v44n1a01.pdf>
- López, J. (2015). *Pasión por la radio*. Recuperado de: <https://radialistas.net/wp-content/uploads/media/uploads/descargas/libro-pasion-por-la-radio-jose-ignacio-lopez-vigil.pdf>
- Malvárez, S. (2002). *Promoción de la salud mental: Bases teóricas y estratégicas*. Recuperado de: <https://psiquiatria.com/enfermeria/promocion-de-la-salud-mental-bases-teoricas-y-estrategicas/>
- Mars, V. (2018). *La psicología positiva: definición y autores*. Recuperado de: <https://www.psicologia-online.com/la-psicologia-positiva-definicion-y-autores-2634.html>
- Mebarak, M., De Castro, A., Salamanca, M. y Quintero, M. (2009). Salud mental: un abordaje desde la perspectiva actual de la psicología de la salud. *Psicología desde el Caribe. Universidad del Norte*, 1(23), 83-112. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/psdc/n23/n23a06.pdf>
- Meneses, M., Ruiz, S. y Sepúlveda, M. (2016). *Revisión de las principales teorías de bienestar psicológico*. Tesis de grado, Medellín, Universidad de Antioquia. Recuperado de: http://200.24.17.74:8080/jspui/bitstream/fcsh/517/3/MenesesVictoria_2016_RevisionPrincipalesTeoriasBienestarPsicologico.pdf
- Ministerio de Salud. (2018). *Proyecto tipo en salud mental y construcción de paz. Convenio 547 de 2015 Celebrado entre el Ministerio de Salud y Protección Social y la Organización Internacional para las Migraciones*. Recuperado de: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/MET/Proyecto-tipo-salud-mental-construccion-paz.pdf>
- Muelas, R. (2017). *¿Sabes qué es la psicología social y por qué es tan importante?* Recuperado de: <https://lamenteesmaravillosa.com/sabes-que-es-la-psicologia-social-y-por-que-es-importante/>

- Organización Mundial de la Salud. (2016). *Las actitudes negativas acerca del envejecimiento y la discriminación contra las personas mayores pueden afectar a su salud*. Recuperado de: <http://www.who.int/es/news-room/detail/29-09-2016-discrimination-and-negative-attitudes-about-ageing-are-bad-for-your-health>
- Park, N., Peterson, C. y Sun, J. (2013). La psicología positiva: investigación y aplicaciones. *Terapia Psicológica*, 31(1), 11-19. Recuperado de: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-48082013000100002
- Pontón, J. (1999). *Influencia de los medios de comunicación de masas*. Recuperado de: <https://www.monografias.com/trabajos/influmcm/influmcm.shtml>
- Psicología Social. (2012). *Las minorías*. Recuperado de: http://psicologia-social-roiel.blogspot.com/2012_05_28_archive.html
- Psicología Social. (s.f.). *Actitudes*. Recuperado de: <http://psicologia-social-roiel.blogspot.com/p/actitudes.html>
- Que Aprendemos Hoy. (2014). *¿Por qué es importante tener actitud mental positiva?* Recuperado de: <http://queaprendemoshoy.com/por-que-es-importante-tener-actitud-mental-positiva/>
- Revista semana. (1997). *Que estrés*. Recuperado de: <https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/que-estres/33578-3>
- Revista Semana. (2017). *¿Por qué hay tanto pesimismo en Colombia?* Recuperado de: <https://www.semana.com/nacion/articulo/encuestas-y-pesimismo-en-colombia/519665>
- Sánchez, A. (2015). *Rosa María Alfaro una comunicación para el desarrollo*. Recuperado de: <https://educomunicacionfacso.wordpress.com/2015/12/04/rosa-maria-alfaro-una-comunicacion-para-el-desarrollo/>

Secretaría de Educación Pública de México. (2017). *Aprendizajes clave para la educación integral*.

Recuperado de:

<https://www.aprendizajesclave.sep.gob.mx/descargables/biblioteca/secundaria/fcye/1-LpM-sec-Formacion-Civica-y-etica.pdf>

Smith, V. (2006). La psicología social de las relaciones intergrupales: modelos e hipótesis. *Actualidades en Psicología*, 1(20), 45-71. Recuperado de:

<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/apsi/v20n107/v20n107a03.pdf>

Trejo, R. (2005). *Medios: una definición*. Recuperado de:

<https://mediocracia.wordpress.com/2005/12/01/medios-una-definicion/>

Universia. (2017). *La ciencia afirma que las personas negativas pueden enfermarte*. Recuperado de:

<http://noticias.universia.com.ec/cultura/noticia/2017/03/01/1149927/ciencia-afirma-personas-negativas-pueden-enfermarte.html>

Universidad Industrial de Santander. (s.f.). *El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social por Alfonso Gumucio Dagron*. Recuperado de:

<http://proinapsa.uis.edu.co/redcups/Biblioteca/Modelo%20Participativo/CUARTO%20MOSQUETE%20RO%20GUMUCIO.pdf>

Villa, N. (2016). *Cinco actitudes para prevenir el estrés*. Recuperado de:

<https://enpositivocoaching.wordpress.com/2016/01/29/5-actitudes-para-prevenir-el-estres/>

Zuñiga, O. (2015). *Cómo mantener una actitud positiva*. Recuperado de:

<https://lamenteesmaravillosa.com/como-mantener-una-actitud-positiva/>