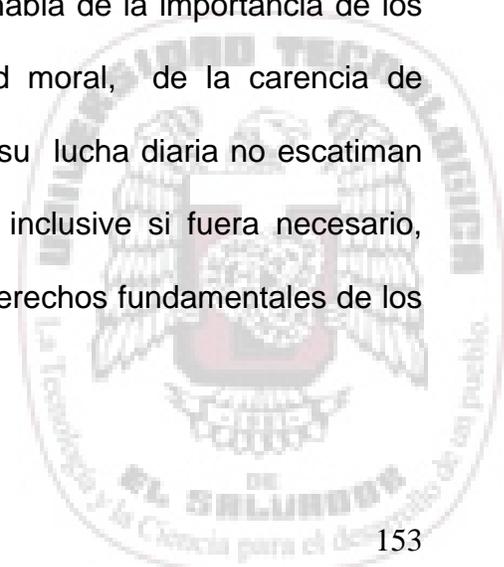


CAPITULO III

PROPUESTA DE ACCIONES PARA PROMOVER LA CONSOLIDACIÓN DE LA INTEGRACIÓN Y ARMONÍA FAMILIAR A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

3.1. Generalidades

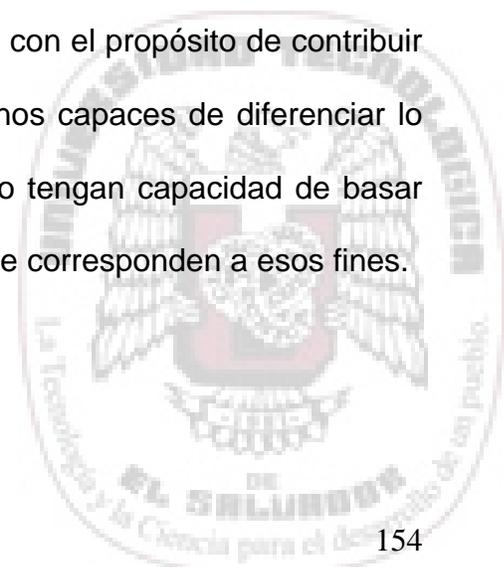
El tema de los valores es uno de los más comunes actualmente en la mayoría de las actividades de los seres humanos, en la escuela, iglesia, familia, oficinas públicas y privadas, programas de la prensa escrita, radio y televisión; en fin en casi todos los ámbitos, se habla de la importancia de los valores, de su crisis, de la escasa autoridad moral, de la carencia de principios éticos de hombres y mujeres que en su lucha diaria no escatiman esfuerzos ni medios para alcanzar el triunfo, inclusive si fuera necesario, estarían dispuestos a pasar por encima de los derechos fundamentales de los demás.



Ante tal situación el individuo socialmente responsable se ha constituido en el punto de partida de las sociedades modernas, así como el estudio de valores, ya que éstos han sido considerados como un atributo único de la personalidad del ser humano y para fortalecerlos, se ha creado esta propuesta de acciones para los medios de comunicación, jugando un papel importante dentro de la sociedad, la cual está necesitada de integración y armonía en cada uno de sus miembros y por consiguiente conllevándola a una sociedad en vistas de desarrollo.

Cada acción propuesta está enmarcada en su área de aplicación; educativa, proyección social y entretenimiento, siendo éstas las áreas más acertadas para llegar hasta el objetivo, que son los individuos, como parte de una familia que construye un buen futuro para el país.

Es imprescindible un cambio en la ciudadanía, con el propósito de contribuir a una sociedad sana, formada por seres humanos capaces de diferenciar lo bueno y lo que no lo es, y que al mismo tiempo tengan capacidad de basar sus acciones en aquellos valores y creencias que corresponden a esos fines.



3.2. Objetivos

➤ General

Contribuir a la promoción de valores familiares a través de los medios de comunicación social.

➤ Específicos.

- Sugerir acciones en aquellos mensajes que presentan los medios de comunicación que carecen de valores que permitan consolidar la integración y armonía de las familias salvadoreñas.
- Dar a conocer ventajas y beneficios que la sociedad salvadoreña obtendrá, con las acciones estratégicas a implementar dentro de los Medios de Comunicación.
- Fomentar la integración y armonía familiar por medio de la difusión de valores.



3.3. Ventajas.

- La integración familiar y la armonía permanecerán en los hogares de las familias salvadoreñas, a través de la formación de valores.
- Educación desde la niñez a través de los medios de comunicación y la promoción constante de valores.
- La práctica de valores en el individuo le permitirá vivir en paz y armonía dentro de su grupo familiar, a la vez sirviéndole como orientador de sus actos.
- Consolidar al grupo familiar mediante los mensajes de los medios de comunicación social, contribuyendo a una sociedad sana, formada por seres humanos capaces de diferenciar lo bueno de lo malo.
- Los valores humanos facilitan la realización personal y social del individuo estimulando una actitud reflexiva y constructiva frente a los problemas que se le presentan.



3.4. Desarrollo de la Propuesta.

3.4.1. Áreas de Aplicación.

➤ **Educativa.**

El área educativa en los medios de comunicación es fundamental, puesto que permite que el individuo a través de la enseñanza que estos transmiten, asimilen todo aquello que está inmerso en las programaciones, franjas o segmentos religiosos, culturales, científicos; en los cuales la enseñanza de valores propician en el ser humano un adecuado comportamiento dentro de la sociedad.

Al promocionar valores en el área educativa, cada persona al percibirlos y adoptarlos, conocerá los beneficios que de estos se obtienen y cómo contribuyen a desempeñarse en el diario vivir dentro de una sociedad y principalmente dentro de la familia, creando armonía, paz y bienestar para todos.

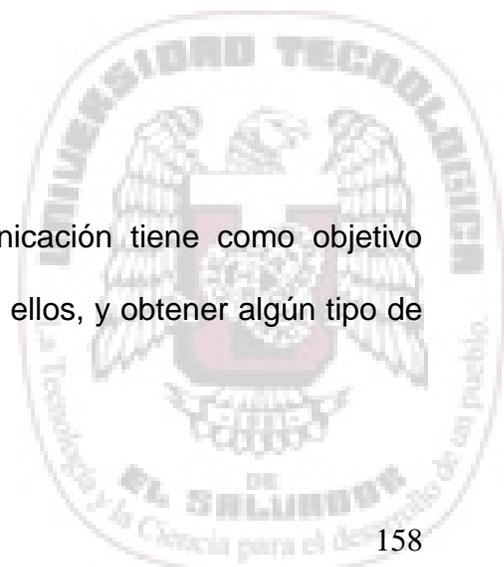


Estos valores familiares, éticos, sociales, religiosos, morales, cívicos, aplicados en el área educativa, ya sean escritos, radiales o televisivos; servirán de guía para todas las familias en las que hace falta todo o parte de la formación de dichos valores, volviéndolos así un complemento educativo y orientador, aparte de los que se percibe en las escuelas y en la misma familia.

Esta función, como parte de cada medio de comunicación por sus características es idónea para la promoción de dichos valores, permitiendo así, lograr el cambio deseado en el comportamiento y en ella se aplicarán las diferentes estrategias a seguir para llegar al cambio deseado en la actitud de las personas, teniendo como resultado la consolidación de la integridad y armonía en los grupos familiares.

➤ **Proyección social.**

La proyección social en los medios de comunicación tiene como objetivo primordial, que las personas se identifiquen con ellos, y obtener algún tipo de beneficio.



Dicha área, además de identificarse con las personas, permite la creación de una buena imagen, que también genera publicidad para el medio de comunicación, resultando benéfica no solo para la unificación familiar sino para la misma empresa comunicativa.

La promoción de valores en esta área permitirá un acercamiento con las personas, haciendo conciencia en cierta medida de la necesidad de la aplicación de valores que conlleven a la consolidación, integración y armonía de cada una de las familias, las cuales forman parte de una sociedad y que de alguna u otra forma están faltas de éstos.

Los medios escritos, radiales o televisivos, deben tener como premisa inculcar con mucha objetividad el fomento de valores tanto familiares, morales, éticos, religiosos, entre otros, a fin de que la población perciba de manera adecuada, cómo los medios de comunicación están en la actualidad generando lazos que unifiquen a la familia y sus miembros, logrando con esto armonía e integración y mejor comunicación entre la familia y la sociedad.

➤ **Entretenimiento.**

El área de entretenimiento es otra opción que favorece la promoción de valores; puesto que toda persona a lo largo del día requiere descanso,



relajación y acude a considerar la prensa escrita, la radio o la televisión, logrando el entretenimiento deseado.

La promoción de valores en dicha área deberá estar inmersa, ya que los medios de comunicación buscan conseguir el entretenimiento de las personas, a través de sus programaciones, franjas o secciones; durante todo el día, es por ello que el área de entretenimiento es idónea para mezclar entre sus mensajes la promoción de valores familiares, que conlleven a crear armonía en cada miembro del grupo familiar.

Las películas, caricaturas, música, series y novelas entre otros, son los programas que tienen mayor aceptación por ser parte del entretenimiento que presentan y al aplicar adecuados mensajes que difundan valores dentro de estos programas, se obtendrá un buen porcentaje de individuos que a la vez que se entretienen, perciben dichos valores.

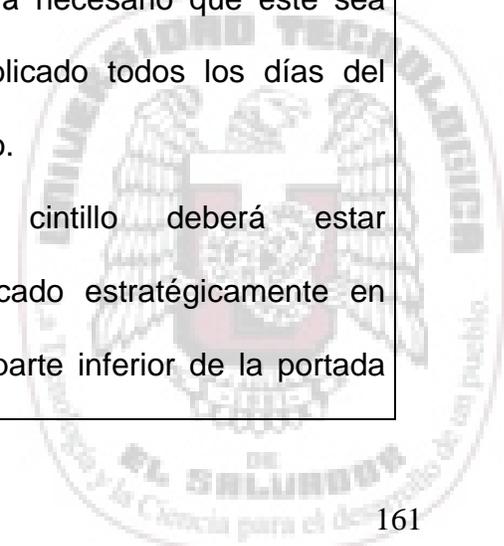
3.4.2. Descripción de acciones.

Las acciones a describir se aplicarán en los medios prensa escrita, radio y televisión en las cuales se especificará de qué forma se realizarán, detallándolas a continuación:

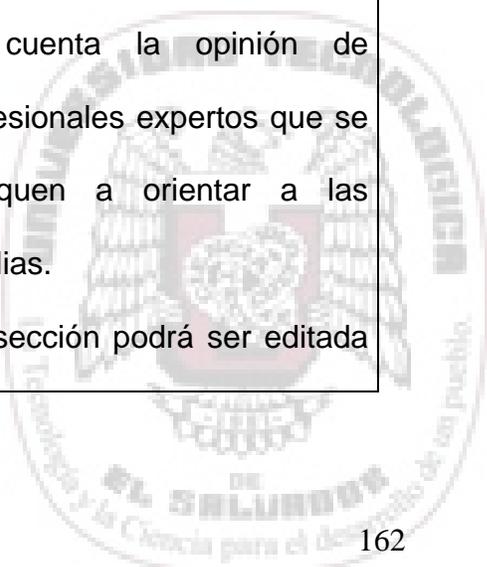


3.4.2.1. Acciones y guías de implementación para el medio prensa escrita.

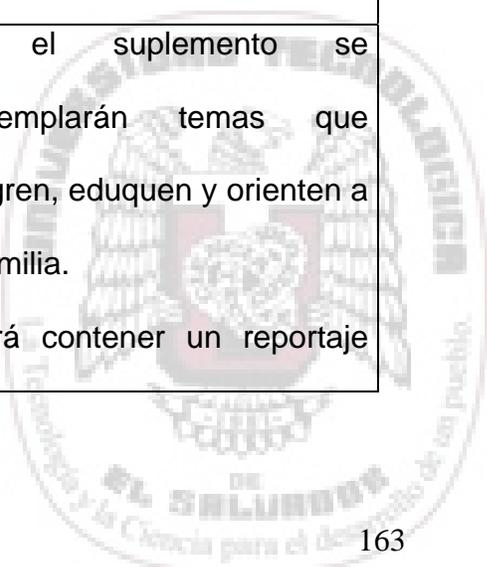
Acciones	Guía de implementación
<p>1- Edición de cintillos en la portada de los periódicos, los cuales contendrán frases que motiven, unifiquen y orienten al grupo familiar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Este cintillo podrá contener frases que vayan acordes a la época del año o momento en que se vive. ➤ El respeto, el amor, la amistad, como parte de los valores familiares que integran, deberán ser parte de las frases a publicar en el cintillo. ➤ Será necesario que éste sea publicado todos los días del año. ➤ El cintillo deberá estar ubicado estratégicamente en la parte inferior de la portada



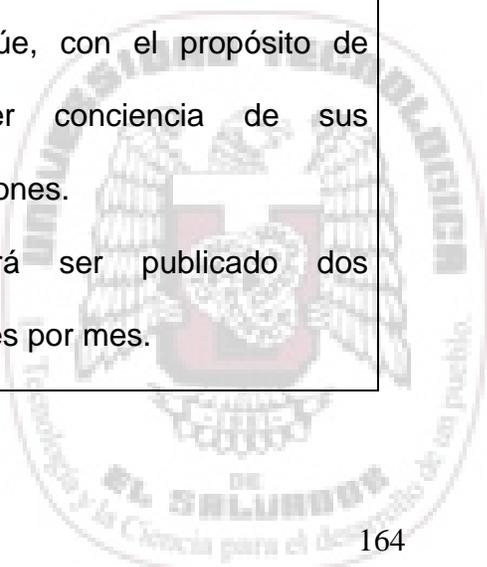
	<p>del periódico.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Este espacio podrá ser patrocinado por alguna empresa privada.
<p>2- Crear una sección que oriente exclusivamente a la familia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ En ella se tratarán temas que promuevan valores familiares, con el propósito de disminuir el auge delincencial, contrarrestar la drogadicción, la prostitución, la violencia intrafamiliar, maltrato infantil, físico y verbal. ➤ Está sección deberá ser editada por el área social del periódico, quién deberá tomar en cuenta la opinión de profesionales expertos que se dediquen a orientar a las familias. ➤ Tal sección podrá ser editada



	<p>una vez por semana, por tiempo indefinido.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La ubicación mas idónea para esta sección es Vida Social, ya que es allí donde se describe el acontecer familiar. También deberá contener un espacio abierto en donde se podrán ofrecer consejos a las personas, la cual podrá llevarse a cabo a través de correo electrónico o apartado postal, direcciones a las cuales podrán dirigirse las personas.
<p>3- Crear un suplemento que consolide la integración y armonía familiar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ En el suplemento se contemplarán temas que integren, eduquen y orienten a la familia. ➤ Podrá contener un reportaje

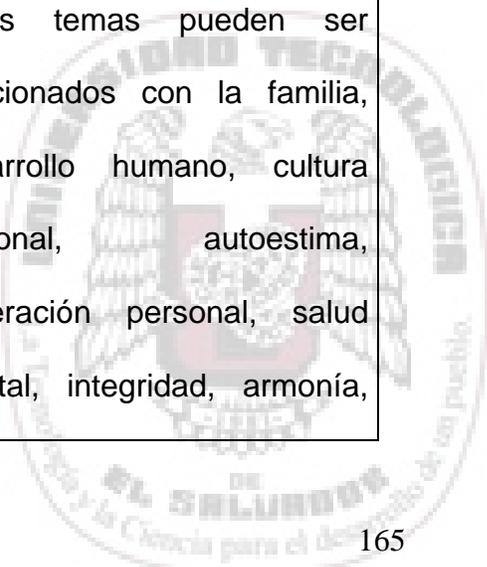


	<p>de familias, las cuales hayan atravesado por problemas de diversas causas, dejando en el lector una moraleja aplicable a su grupo familiar.</p> <ul style="list-style-type: none">➤ El suplemento podrá ser ubicado en el centro del periódico, con mucho colorido.➤ Deberá contener fotografías, dibujos o caricaturas que representen la importancia de la unión familiar.➤ Se plantearán interrogantes en donde el lector se auto evalúe, con el propósito de hacer conciencia de sus acciones.➤ Podrá ser publicado dos veces por mes.
--	--

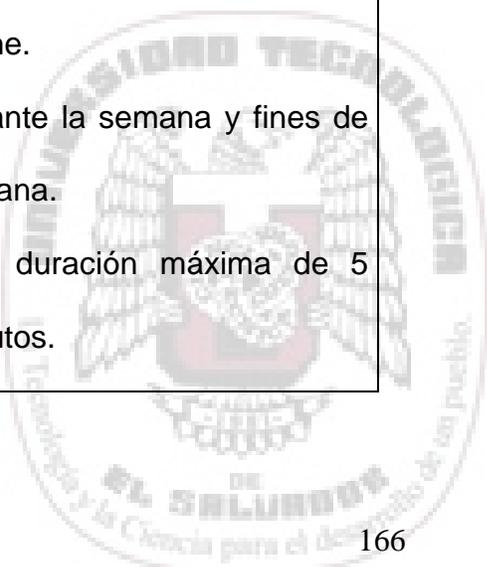


3.4.2.2. Acciones y guías de implementación para el medio radio.

Acciones	Guías de implementación
<p>1- Capacitar al personal locutor</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dicha capacitación deberá contener información necesaria respecto a los valores familiares, para que éste sea transmitido al público en forma de frases o comentarios, por parte de locutores. ➤ El personal deberá ser capacitado como mínimo tres veces al año. ➤ Estos temas pueden ser relacionados con la familia, desarrollo humano, cultura nacional, autoestima, superación personal, salud mental, integridad, armonía,



	<p>derechos y deberes de las personas, los valores como responsabilidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Será necesario que exista un control dentro del medio, en este caso para los locutores, ya que son ellos quienes permanecen conectados con las personas.
<p>2- Exposición en vivo o grabada realizada por personas conocedoras de temas familiares y que pertenezcan al medio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La exposición podrá ser impartida por psicólogos o sociólogos y hasta locutores ya capacitados. ➤ La exposición podrá ser transmitida en diferentes horarios, mañana, tarde o noche. ➤ Durante la semana y fines de semana. ➤ Una duración máxima de 5 minutos.



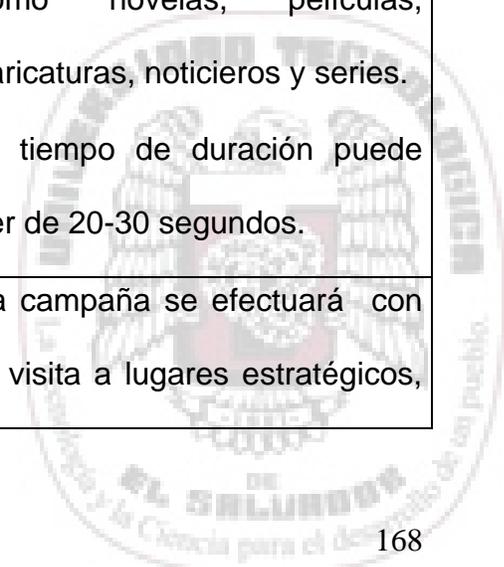
<p>3- Elaborar una cuña que deje un mensaje de unificación y respeto en la familia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La cuña buscará transmitir valores como el respeto, el amor, la fidelidad, la comprensión en el seno familiar. ➤ Cada emisora deberá elaborar su propia cuña. ➤ 30 segundos como mínimo de duración ➤ Deberá ser transmitida diariamente.
---	--

3.4.2.3. Acciones y guías de implementación para el medio televisivo.

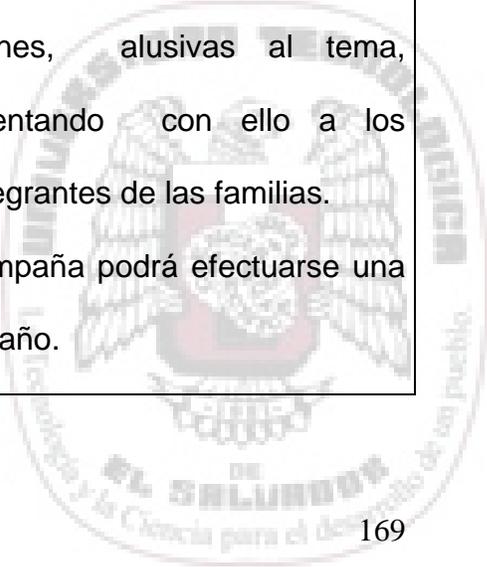
Acciones	Guías de implementación
<p>1-Cada empresa televisiva deberá transmitir un cintillo acorde al tema de la consolidación, integración y armonía familiar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Deberá incluir frases que hablen del respeto hacia los demás ➤ El cintillo podrá ser pasado en



<p>2-Cada empresa televisiva deberá crear un spot que tenga como objetivo primordial la integración familiar.</p>	<p>programas como telenovelas, series, películas, noticias, deportes, espectáculo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Deberá ser transmitido al menos dos veces en programa seleccionado. ➤ El horario será de acuerdo al programa que se utilice. ➤ Dicho spot deberá estar enriquecido de valores que integren al grupo familiar. ➤ Podrá ser dramatizado como un caso de la vida real. ➤ Se incluirá entre programas como novelas, películas, caricaturas, noticieros y series. ➤ El tiempo de duración puede ser de 20-30 segundos.
<p>3-Campaña de imagen basada en la unión familiar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La campaña se efectuará con la visita a lugares estratégicos,

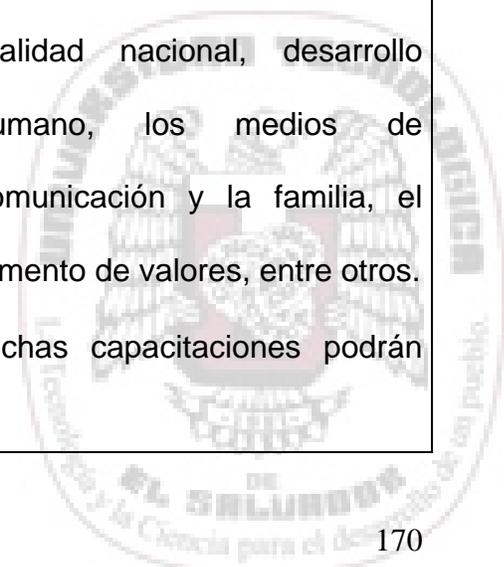


	<p>en donde exista una afluencia numerosas de personas, en donde los miembros del staff de cada medio televisivo, participará en dicho evento, como por ejemplo: los presentadores de un noticiero.</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Esta campaña enfocará temas de unión familiar.➤ Se podrá recurrir a patrocinadores que deseen ganar imagen de proyección social.➤ La campaña deberá contener dinamismo y colorido.➤ Podrán efectuarse dramatizaciones, alusivas al tema, orientando con ello a los integrantes de las familias. <p>La campaña podrá efectuarse una vez al año.</p>
--	---

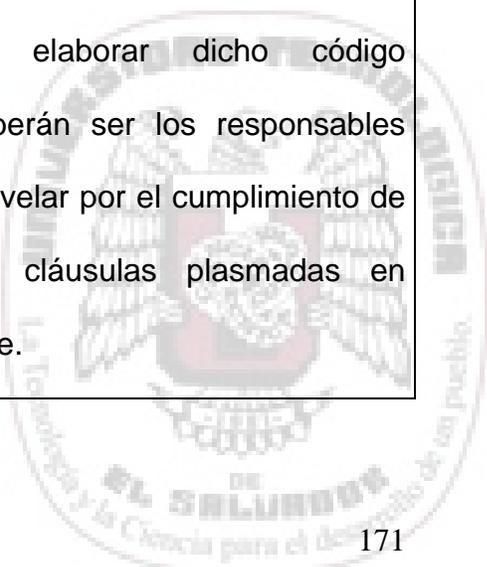


3.4.2.4. Acciones y guías de implementación aplicadas a los medios prensa, radio y televisión.

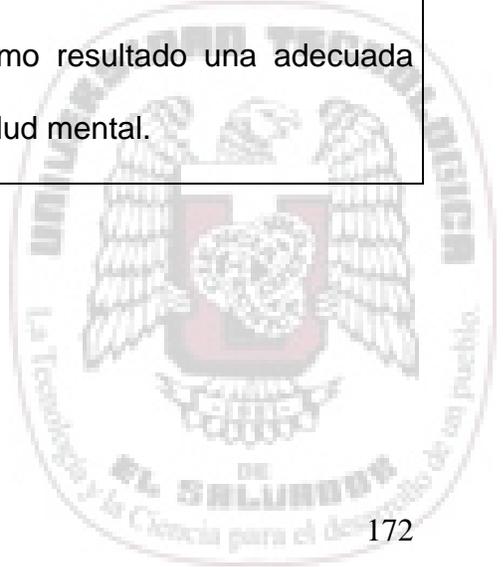
Acciones	Guías de implementación
<p>1- Capacitación para personal de los medios de comunicación, financiado por instituciones internacionales como el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), y/o Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), con el propósito de fortalecer valores en el país que consoliden al grupo familiar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Solicitud de financiamiento para la capacitación del personal de los medios de comunicación, exponiendo los motivos necesarios y los beneficios a obtener. ➤ Los temas fundamentales a desarrollar durante la capacitación pueden ser: realidad nacional, desarrollo humano, los medios de comunicación y la familia, el fomento de valores, entre otros. ➤ Dichas capacitaciones podrán



	<p>ser impartidas por instituciones como INSAFORP y FEPADE, ya que son empresas especializadas en la formación profesional.</p> <ul style="list-style-type: none">➤ El medio podrá establecer el tiempo y el espacio para la práctica de dichas capacitaciones.
<p>2- Creación de un código de ética para los medios de comunicación social, radio, prensa y televisión.</p>	<ul style="list-style-type: none">➤ Dicho código de ética deberá ser elaborado por miembros representantes de los medios de comunicación.➤ Los representantes encargados de elaborar dicho código deberán ser los responsables de velar por el cumplimiento de las cláusulas plasmadas en este.



	<ul style="list-style-type: none">➤ El código comprenderá de normas y sanciones que deberán regir los medios de comunicación prensa, radio y televisión.➤ El propósito de éste es mejorar la programación de los medios de comunicación y todo lo que en éstos se difunda.➤ La creación y el buen funcionamiento del código, permitirá que la sociedad no sea expuesta a la percepción de antivalores que de los medios se reciben obteniendo como resultado una adecuada salud mental.
--	---



3-Crear la Unidad de Vigilancia, dentro de cada medio de comunicación prensa, radio y televisión.

- Cada empresa de comunicación podrá elegir a los miembros que conformarán su Unidad de Vigilancia.
- Esta unidad deberá de analizar cada programa que en el se transmite.
- Dicha unidad deberá registrarse por las normas establecidas en el código de ética para medios de comunicación.
- El propósito de esta Unidad de Vigilancia es disminuir una serie de antivalores que actualmente se presentan en
- los medios prensa, radio y televisión.



4- Participación ciudadana

- Creación de una organización de personas naturales que vele por el bienestar de la gente, en cuanto a los mensajes que se perciben de los medios de comunicación.
- Tal organización deberá ser dirigida por una Junta Directiva.
- La filosofía de esta organización, será la de velar para que cada salvadoreño reciba mensajes que no dañen la integridad moral de las personas, con diversas muestra de antivalores, que vienen a ser motivo de desintegración familiar.
- Su objetivo será lograr un cambio positivo en los mensajes que se difundan.

