

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**



**PROYECTO DE GRADO:**

**“REINGENIERÍA DE LA PROGRAMACIÓN DE RADIO KALLAWAYA FM  
99.9 (RADIO DE LOS PUEBLOS ORIGINARIOS) PARA PROMOVER MÚSICA  
AUTÓCTONA Y REVALORIZACIÓN DE LA CULTURA KALLAWAYA EN  
LA LOCALIDAD DE CHARAZANI PROVINCIA BAUTISTA SAAVEDRA DEL  
DEPARTAMENTO DE LA PAZ EN 2017”**

**POSTULANTE: RODOLFO GUAMÁN RAMÍREZ**

**TUTOR: MSC. LIC. ALAIN FLORES DEL VILLAR**

**LA PAZ-BOLIVIA**

**2019**

## **ÍNDICE DE CONTENIDOS**

<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS</b> .....	<b>I</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	<b>IV</b>
<b>ÍNDICE DE CUADROS</b> .....	<b>VI</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>I. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA O SITUACIÓN</b>	
<b>PROBLEMA</b> .....	<b>4</b>
<b>II. FUNDAMENTACIÓN</b> .....	<b>30</b>
<b>III. OBJETIVOS</b> .....	<b>34</b>
<b>3.1 OBJETIVO GENERAL</b> .....	<b>34</b>
<b>3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> .....	<b>34</b>
<b>IV. ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS</b> .....	<b>35</b>
<b>V. METODOLOGÍA</b> .....	<b>36</b>
<b>5.1 PARADIGMA SOCIO CRÍTICO</b> .....	<b>36</b>
<b>5.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>39</b>
<b>5.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS</b> .....	<b>41</b>
<b>5.3.1 ENCUESTAS DE PERCEPCIÓN</b> .....	<b>42</b>
<b>5.3.2 ENTREVISTAS</b> .....	<b>43</b>

5.3.3 OBSERVACIÓN DIRECTA .....	44
5.3.4 REVISIÓN DOCUMENTAL .....	47
5.3.5 AUDIOGRAFÍA .....	48
<b>VI. ENFOQUE TEÓRICO-CONCEPTUAL .....</b>	<b>49</b>
6.1 COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA.....	49
6.1.1 LA RADIO, SU SURGIMIENTO, EXPANSIÓN E IMPORTANCIA.....	51
6.1.2 LA RADIO COMUNITARIA.....	55
6.2 COMUNICACIÓN ALTERNATIVA .....	58
6.3 PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN .....	63
6.4 REINGENIERÍA DE LA PROGRAMACIÓN .....	68
6.4.1 LA PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA.....	70
<b>VII. BENEFICIARIOS .....</b>	<b>81</b>
7.1 BENEFICIARIOS DIRECTOS.....	81
7.2 BENEFICIARIOS INDIRECTOS .....	82
<b>VIII. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....</b>	<b>82</b>
8.1 MACRO LOCALIZACIÓN .....	82
8.2 CHARAZANI CONTEXTO .....	84
<b>IX. ESTRATEGIA METODOLÓGICA DE ELABORACIÓN DEL PROYECTO</b>	<b>87</b>
9.1 DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL.....	93
<b>X. REINGENIERÍA DE LA PROGRAMACIÓN RADIO KALLAWAYA .....</b>	<b>98</b>
10.1 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	98

<b>10.2 SITUACIÓN ACTUAL DE LA PROGRAMACIÓN DE RADIO KALLAWAYA .....</b>	<b>102</b>
<b>10.2.1 PROGRAMACIÓN DE LUNES A VIERNES .....</b>	<b>102</b>
<b>10.2.2 PROGRAMACIÓN DE SÁBADO Y DOMINGO .....</b>	<b>104</b>
<b>10.2.3 CONCLUSIONES PRELIMINARES CON RESPECTO A LA PROGRAMACIÓN DE RADIO KALLAWAYA .....</b>	<b>106</b>
<b>10.2.4 LA COMUNICACIÓN COMO COMPONENTE TRANSVERSAL EN EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE UNA NUEVA PROGRAMACIÓN DE RADIO KALLAWAYA .....</b>	<b>109</b>
<b>10.3 REINGENIERÍA DE LA PROGRAMACIÓN DE RADIO KALLAWAYA.....</b>	<b>118</b>
<b>10.3.1 PROPUESTA DE REINGENIERÍA DE RADIO KALLAWAYA.....</b>	<b>125</b>
<b>XI. CONCLUSIONES.....</b>	<b>132</b>
<b>XII. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>134</b>
<b>XI. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>136</b>
<b>XII. WEBGRAFÍA .....</b>	<b>140</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>141</b>

## **ÍNDICE DE GRÁFICOS**

GRÁFICO 1	PRINCIPALES EMISORAS QUE SE ESCUCHAN EN CHARAZANI.....	10
GRÁFICO 2	PERCEPCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SOBRE EL GRADO DE APERTURA A LA PARTICIPACIÓN EN RADIO KALLAWAYA.....	11
GRÁFICO 3	PERCEPCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SOBRE LOS PROBLEMAS QUE AFECTAN A RADIO KALLAWAYA .....	12
GRÁFICO 4	ORGANIZACIÓN DE CONTENIDOS DE LA PROGRAMACIÓN DE RADIO KALLAWAYA ....	15
GRÁFICO 5	PERCEPCIÓN DE LOS JÓVENES SOBRE LA MÚSICA Y CULTURA TRADICIONAL DE CHARAZANI .....	22
GRÁFICO 6	ELEMENTOS QUE INCIDEN EN LOS CONTENIDOS DE RADIO KALLAWAYA .....	28
GRÁFICO 7	INSTRUMENTALIZACIÓN DEL ENFOQUE SOCIO CRÍTICO EN EL PROYECTO INSTRUMENTALIZACIÓN DEL ENFOQUE SOCIO CRÍTICO EN EL PROYECTO.....	39
GRÁFICO 8	IMBRICACIÓN PRÁCTICA DEL MÉTODO CUALITATIVO Y CUANTITATIVO.....	40
GRÁFICO 9	MEDIOS ALTERNATIVOS Y TRADICIONALES .....	61
GRÁFICO 10	NATURALEZA DE LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN.....	66
GRÁFICO 11	ASPECTOS ESENCIALES DE LA PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA.....	72
GRÁFICO 12	PREMISAS PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO.....	88
GRÁFICO 13	CICLO DE VIDA DE UN SISTEMA DE PLANIFICACIÓN .....	90
GRÁFICO 14	PRINCIPALES PROBLEMAS PERCIBIDOS EN EL PRE DIAGNÓSTICO .....	99
GRÁFICO 15	PORCENTAJE DE PRODUCCIÓN PROPIA Y DE LA RED PATRIA NUEVA EN LA PROGRAMACIÓN DE RADIO KALLAWAYA DE LUNES A VIERNES .....	103
GRÁFICO 16	PRINCIPALES GÉNEROS RADIOFÓNICOS QUE SE UTILIZAN EN LA PROGRAMACIÓN DE LUNES A VIERNES EN RADIO KALLAWAYA .....	104
GRÁFICO 17	PORCENTAJE DE PRODUCCIÓN PROPIA Y DE LA RED PATRIA NUEVA EN LA PROGRAMACIÓN DE RADIO KALLAWAYA DE SÁBADO Y DOMINGO .....	105

GRÁFICO 18	PRINCIPALES GÉNEROS RADIOFÓNICOS QUE SE UTILIZAN EN LA PROGRAMACIÓN DE SÁBADO Y DOMINGO EN RADIO KALLAWAYA .....	106
GRÁFICO 19	PÉRDIDA DE VALORES CULTURALES.....	111
GRÁFICO 20	PARTICIPACIÓN Y COMUNICACIÓN EN RADIO KALLAWAYA.....	112
GRÁFICO 21	PRINCIPIOS PARA LA FORMULACIÓN DE UN MODELO DE COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA PARA RADIO KALLAWAYA.....	113
GRÁFICO 22	MODELO EMIREC PROPUESTO POR MARIO KAPLÚN .....	114
GRÁFICO 23	NIVELES DE COMUNICACIÓN PARA RADIO KALLAWAYA .....	116
GRÁFICO 24	ELEMENTOS QUE COMPONEN EL PROCESO DE REINGENIERÍA DE LA PROGRAMACIÓN DE RADIO KALLAWAYA .....	119
GRÁFICO 25	RADIO KALLAWAYA Y SU PROYECCIÓN COMO REFERENTE.....	121
GRÁFICO 26	REPORTEROS POPULARES.....	122
GRÁFICO 27	CAPACITACIÓN PARA EL PERSONAL DE RADIO KALLAWAYA.....	124
GRÁFICO 28	MODELO DE SISTEMA ORGÁNICO Y NIVELES DE COORDINACIÓN EN RADIO KALLAWAYA .....	127

## **ÍNDICE DE CUADROS**

CUADRO 1 SÍNTESIS DEL ANÁLISIS DE LOS NIVELES DE PARTICIPACIÓN Y DE APERTURA A LA CULTURA DE CHARAZANI EN RADIO KALLAWAYA .....	16
CUADRO 2 APROXIMACIÓN A LA PROBLEMÁTICA CENTRAL .....	26
CUADRO 3 APROXIMACIÓN A LAS CAUSAS DEL PROBLEMA CENTRAL.....	27
CUADRO 4 ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS.....	35
CUADRO 5 LISTA DE ENTREVISTADOS .....	44
CUADRO 6 CATEGORÍAS DE ANÁLISIS DE LA OBSERVACIÓN DIRECTA.....	45
CUADRO 7 EJES DE CLASIFICACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN EN RADIO .....	74
CUADRO 8 PRINCIPALES TIPOS Y MODELOS DE PROGRAMACIÓN .....	76
CUADRO 9 PLANIFICACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA: CRITERIOS TEMPORALES ....	77
CUADRO 10 ASPECTOS ESENCIALES DE LOS MODELOS DE PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA.....	80
CUADRO 11 FRANJAS HORARIAS EN UNA PROGRAMACIÓN.....	80
CUADRO 12 BENEFICIARIOS DEL PROYECTO .....	81
CUADRO 13 UBICACIÓN GEOGRÁFICA .....	82
CUADRO 14 LIMITES TERRITORIALES.....	83
CUADRO 15 DIVISIÓN POLÍTICA ADMINISTRATIVA DE LA PROVINCIA BAUTISTA SAAVEDRA.....	83
CUADRO 16 CATEGORÍAS DE ANÁLISIS DE LA OBSERVACIÓN DIRECTA .....	101
CUADRO 17 PREMISAS PARA REFORMULACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DE RADIO KALLAWAYA .....	108
CUADRO 18 CARACTERIZACIÓN DE LOS MODELOS DE COMUNICACIÓN COTEJADO CON EL TRABAJO ACTUAL DE RADIO KALLAWAYA .....	110
CUADRO 19 MATRIZ DE PLANIFICACIÓN PARTICIPATIVA PARA LA IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA PROGRAMACIÓN EN RADIO KALLAWAYA .....	128
CUADRO 20 FRANJAS HORARIAS EN LA NUEVA PROGRAMACIÓN DE RADIO KALLAWAYA.....	129
CUADRO 21 PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN PARA RADIO KALLAWAYA FM 99.9 .....	130

## INTRODUCCIÓN

La radio sigue siendo un medio bastante influyente en diferentes ámbitos. Es considerada como un verdadero vehículo de transformación social. La práctica en el mundo, en cuanto a comunicación alternativa y participativa, centra a la radio como uno de sus principales protagonistas. Las experiencias en cuanto a comunicación popular han sido exitosas, tal es el caso de las emisoras mineras en Bolivia, que se han constituido a lo largo del tiempo en un referente a nivel internacional, pues se han convertido en verdaderas escuelas radiofónicas, que hasta el día de hoy, tienen muchas enseñanzas para las nuevas generaciones.

Un fenómeno comunicacional, no menos importante, son las *emisoras comunitarias*, que particularmente en el área rural tienen una incidencia muy grande, pues son vehículos de *transformación social*, de *libre expresión* y de *defensa de los derechos humanos* en todo el sentido de la palabra.

Uno de los medios comunitarios que en los últimos años ha cobrado visibilidad es radio Kallawayá de la provincia Bautista Saavedra del departamento de La Paz. Debido a la poca cantidad de medios en la región, esta emisora ha ganado un lugar importante en las preferencias de la audiencia. Sin embargo, se ha llegado a determinar que no está cumpliendo a cabalidad un rol social, de defensa de los intereses de la región, sino más bien una tarea más política a favor del partido de gobierno. Este ha sido el impulso para la realización del presente trabajo, siendo que luego de un diagnóstico preliminar, se han identificado algunos problemas urgentes que se deben abordar, y que se vinculan con el trabajo comunicacional del medio.

Por un lado, está el problema de la *pérdida de valores culturales*, especialmente de los jóvenes, quienes tienen muy poco conocimiento de la *cultura Kallawayá*, que ha sido por muchos años admirada y tiene un reconocimiento internacional. Por otro lado, está el problema de los músicos y artistas de la región, que de manera preocupante se van

reduciendo gradualmente, debido a la falta de apoyo de las autoridades y medios de comunicación social de Charazani. Por ello el trabajo se ha centralizado en abordar estas dos problemáticas fundamentalmente, considerando que la radio puede ser un buen gestor de la cultura en Charazani, también puede servir para promocionar a los artistas y grupos autóctonos de la región, para que estos no se pierdan en el olvido.

En este contexto, se ha realizado la propuesta para la construcción de una nueva programación para radio Kallawaya, que sea más participativa y abierta a la promoción cultural, de los artistas y grupos autóctonos. Los contenidos están distribuidos de la siguiente manera:

- El principio se describe la situación problema, que ha sido identificada a partir de la realización del diagnóstico.
- Seguidamente se presenta la fundamentación, que procura hacer entender al lector acerca de los propósitos del proyecto.
- Los objetivos del proyecto de grado parten de la definición del objetivo general en principio, y luego los específicos, los mismos tienen correlación con el árbol de problemas.
- Un aspecto muy importante para el presente trabajo, es el análisis de los involucrados en el proyecto, para lo cual se han identificado dos clases: los directos e indirectos.
- Dentro del enfoque metodológico se describe la importancia para el presente trabajo del paradigma socio-crítico, para luego enumerar las diferentes técnicas que se utilizaron.
- El enfoque teórico-conceptual es un asunto que ha sido abordado con mucho cuidado, siendo que se ha imbricado los aportes de la comunicación

participativa, comunicación alternativa, planificación de la comunicación, gestión radiofónica y reingeniería de la programación.

- Luego se presentan los beneficiarios del proyecto, mismos que se han dividido en dos: directos e indirectos.
- Posteriormente se hace una determinación de la localización concreta del proyecto.
- A continuación se presenta la segunda parte del proyecto de grado, que es en sí la propuesta comunicacional para la reingeniería de la programación de radio Kallawaya.
- Finalmente se encuentran las conclusiones, recomendaciones y anexos.

## **I. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA O SITUACIÓN**

### **PROBLEMA**

La radio es uno de los denominados *medios masivos de comunicación* más importantes y populares que ha llegado a captar la atención de sectores sociales vulnerables. Para entender el mensaje radiofónico no se requiere de mayores esfuerzos<sup>1</sup>, debido a su naturaleza auditiva. Para la UNESCO: “la radio continúa siendo el medio de comunicación más universal”<sup>2</sup>, siendo que tiene un gran potencial para promover la participación de grandes sectores sociales; por otro lado es bueno puntualizar que puede ser un instrumento idóneo para generar condiciones que permitan llegar a una auténtica *democratización de la comunicación*.

Por mucho tiempo, el medio radiofónico ha sido utilizado como una *herramienta fundamental* enfocada al cambio social<sup>3</sup>, obteniéndose buenos resultados a partir de experiencias a nivel mundial (especialmente en países pequeños y pobres). Sin embargo, pese al potencial que tiene la radio para llevar adelante acciones que permitan cambiar una sociedad, el modelo de trabajo casi generalizado actualmente se enfoca a *la parte comercial simplemente*, con programaciones enmarcadas en la difusión de mensajes superficiales, que muchas veces no tienen contenido de interés social.

Considerando el *potencial* que tiene la radio, y la posibilidad de llegar de manera directa a personas de diferentes estratos sociales, la radiodifusión en diferentes partes del mundo se ha constituido en un *medio bastante influyente*, y particularmente en Bolivia, ha cumplido un rol fundamental en el desarrollo cultural, social e inclusive en el ámbito político ha tenido gran repercusión<sup>4</sup>. Su alto nivel de penetración en el oyente (por la forma en la que llega el mensaje radiofónico de manera auditiva) ha llevado a que se instrumentalice a la

---

<sup>1</sup>A diferencia del periódico, que requiere que se tenga un conocimiento avanzado del lenguaje (saber leer y escribir), la radio no requiere de ese tipo de requisitos, únicamente saber entender el lenguaje oral.

<sup>2</sup>Extraído de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001415/141584s.pdf>, página consultada el 12/02/2017

<sup>3</sup>Existe una multiplicidad de experiencias en este sentido, en nuestro país las “radios mineras” han marcado un hito importante entre lo que debe entenderse por comunicación masiva y comunicación alternativa.

<sup>4</sup>Al respecto no hay que olvidar el rol de las emisoras mineras en la lucha por la democracia por ejemplo.

radio en diferentes tareas que van desde la *comunicación alternativa*, hasta la que está relacionada con la *dominación y manipulación*.

Entre las diversas ventajas que tiene la radio como medio masivo, se debe resaltar su bajo costo en instalación, implementación y mantenimiento. En la actualidad existen miles de emisoras distribuidas a lo largo y ancho del país, muchas de ellas están “fuera de norma”<sup>5</sup>, o pertenecen a grupos empresariales, ONG, iglesias, organizaciones sociales ente otros. Por lo que la oferta radiofónica en Bolivia es muy variada, existiendo diferentes tipologías de radio que transmiten en diferentes condiciones (muchas veces provocando interferencia y mala señal, lo que en términos comunicacionales se constituye un ruido comunicacional), haciéndose muy complicado para las instancias de regulación en telecomunicaciones realizar un control adecuado (sobre todo considerando el reducido personal de la ATT en Bolivia dedicado a esta tarea).

En los últimos años, se debe reconocer que la radiodifusión en general ha crecido a un ritmo vertiginoso, impulsado fundamentalmente por el desarrollo tecnológico. Se han diversificado los canales de transmisión (analógico y digital), mejorándose así la calidad en sonido, como también se han abaratado los costos de implementación técnica. Las emisoras se han incrementado de manera considerable, lo que consecuentemente trajo consigo la aparición de una multiplicidad de medios de diferente naturaleza (esta situación ha repercutido negativamente en la distribución de la cuota de publicidad); los expertos<sup>6</sup> han formulado una serie de categorías para realizar una adecuada clasificación de emisoras de radio en: privadas, públicas, alternativas, comunitarias, universitarias, etc. Esto permite entender un poco más a profundidad su naturaleza, programación y particularidades.

---

<sup>5</sup>Es decir que no cuentan con los documentos legales para su funcionamiento, son denominadas también: “radios piratas”.

<sup>6</sup> Como José Ignacio López Vigil, Tito Ballesteros, René Rosquellas entre otros.

Al margen de la diversidad de medios radiales que existen en la actualidad, el tipo de emisora de radio que en los últimos años ha generado mucha expectativa es la denominada: *radio comunitaria*, siendo una palabra que tiene una serie de connotaciones que surgen a partir de una infinidad de experiencias que en este ámbito se ha ido construyendo a lo largo del tiempo. Queda claro que todavía esta categoría de medio radial requiere de una *construcción teórica y práctica*, siendo que la percepción de muchos sectores es diversa al respecto. En la búsqueda de una definición, la han relacionado fundamentalmente con la comunicación alternativa, participación, libertad de expresión y la promoción del ejercicio de los derechos humanos.

Las experiencias en implementación y gestión de *emisoras comunitarias* han demostrado por demás que una radioemisora con estas particularidades se constituye en una verdadera *ventana de oportunidades*. *La radio comunitaria* contribuye a la generación de *transformaciones* en el entorno de determinados grupos sociales. A pesar de la *diversidad de denominaciones* que han tenido a lo largo del tiempo (radio popular, radio alternativa, radio cultural, etc.), lo importante es resaltar su esencia: “la de ser un medio que coadyuve a generar procesos comunicacionales horizontales para el cambio social” (RAMOS; 2009: 12).

Una *radio comunitaria* tiene algunas características que se deben resaltar (y que la diferencian de otro tipo de emisoras):

“...sus audiencias meta, el tipo de principios y políticas que rigen sus operaciones, la programación que presentan, el criterio de propiedad que tienen, la dimensión política que persiguen y las condiciones técnicas con las que operan...”<sup>7</sup>.

Según Carlos Arroyo Gong<sup>8</sup>, las tareas fundamentales de una emisora comunitaria tienen que ver con: “la valorización de la identidad (...) rescate de las lenguas nativas (...)”

<sup>7</sup> Extraído de: [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100013](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100013), página consultada el 05/02/2017

estimulan la participación (...) garantizan el equilibrio en el uso de la palabra (...) valoran y toman en cuenta el espacio socio cultural de sus audiencias”. Es decir que un medio comunitario debe ser bastante *interactivo, participativo y democrático*.

Para la UNESCO<sup>9</sup>, la misión de la radio comunitaria se resumiría en los siguientes términos:

“La radio comunitaria se define más por su misión que por su magnitud o ubicación. Se asocia generalmente con una actitud localista y tendencia a la libre circulación de las ideas y opiniones. Se propone educar y entretener, informar y divertir y crear un vasto espacio en el cual los auditores puedan participar y confrontarse con los demás, así como dirigentes políticos (...) Los medios comunitarios llenan a menudo el vacío dejado por los grandes medios de comunicación privados que funcionan con otros imperativos y que pueden no tener en cuenta a los grupos sociales escasamente representados o marginados”.

Por otro lado, cuando se hace referencia a las finalidades que debe cumplir una emisora comunitaria, la investigadora en medios de comunicación Soledad Abrería Sameria propone:

“La emisora comunitaria se propone defender los intereses populares y comunitarios partiendo de un diagnóstico propio de su realidad barrial, y desde allí llegar a lo nacional (...) Las emisoras comunitarias cumplen un papel significativo donde ellas se instalan. Su función social es cumplir, aportar y hacer frente a las urgentes necesidades de las masas populares de nuestro país, puesto que es un instrumento de educación y cultura en el desarrollo popular; pero como todo instrumento, exige conocerlo, saber manejarlo, adaptarlo a sus limitaciones y a sus posibilidades, usar bien la radio comunitaria es una técnica y un arte...”<sup>10</sup>.

El tipo de propiedad es el que finalmente define la esencia de la radio comunitaria, no tanto así el alcance de la misma (como en muchos casos se puede suponer). A partir de esa

---

<sup>8</sup>Ibídem

<sup>9</sup>Extraído de: <http://www.unesco.org>, página consultada el 25/05/2017

<sup>10</sup>Extraído de: [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/tesis/human/sabrera\\_o\\_s/cap1.htm](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/tesis/human/sabrera_o_s/cap1.htm), página consultada el 10/08/2017

contextualización, se puede afirmar entonces que las emisoras comunitarias tienen retos muy ambiciosos en la actual coyuntura a nivel mundial, considerando su naturaleza, sus tareas fundamentales, características y el contexto en general en el que se desenvuelven.

Sin embargo, un asunto importante que vale la pena resaltar, se relaciona con el hecho de que en muchos sectores sociales *no se aprovecha el potencial* que tienen estos medios de manera adecuada, existen una serie de motivos y explicaciones, que en definitiva suelen relacionarse con la ausencia de verdaderas *políticas estratégicas de comunicación*<sup>11</sup>.

Iván Larrea (2013: 56) a partir de una investigación sobre radios comunitarias en América Latina, identifica algunas de las problemáticas actuales que tropiezan los medios comunitarios de manera general en la región:

- Ausencia de capacitación de los recursos humanos (improvisación)
- Medios poco competitivos
- Planificación incipiente
- Recursos económicos escasos
- Falta de apoyo gubernamental
- Personal informal
- Venta de espacios radiales
- Incipiente innovación en programación

Esta realidad no es ajena a lo que ocurre con pequeños medios radiales comunitarios en el Estado Plurinacional de Bolivia, tal es el caso de radio “Kallawayá F.M. 99.9”, que forma parte de un *selecto grupo* de emisoras que se hicieron de una frecuencia a partir de la Ley No. 164, que en su Art. 10 inciso I señala visiblemente que se puede hacer la distribución

---

<sup>11</sup>Se entiende para el presente trabajo que: “política estratégica de comunicación” se constituye en una serie de acciones previamente planificadas de manera coherente, con el fin de alcanzar objetivos comunicacionales concretos. Esto tiene que ver con la elaboración de mensajes, consecución de objetivos comunicacionales, funcionamiento de los canales de información (medios masivos), entre otros.

de frecuencias en F.M. hasta en un 33% del total disponible<sup>12</sup> a “El Estado” de manera gratuita, como también a “Organizaciones Sociales y Pueblos Indígena Originarios” directamente.

Una particularidad de radio “Kallawayá” (y que se ha replicado en varios lugares del país), es que el Ministerio de Comunicación de Bolivia (impulsor para la creación de este tipo de medios comunitarios) entregó la emisora de radio para su administración a organizaciones sociales de Charazani y Chajaya (manteniéndose una relación bastante estrecha, con un cierto grado de coordinación y apoyo técnico). Quizá, esta lógica de funcionamiento se enmarca de manera teórica con una corriente grande a nivel global para que: “el Estado pueda impulsar y financiar a los medios comunitarios” (JAIMES; 2008: 34-35)<sup>13</sup>, porque este tipo de emisoras serían un canal idóneo para que las personas puedan expresarse con cierta libertad<sup>14</sup>.

Radio “Kallawayá” es un medio comunitario (denominado también “radio de los pueblos originarios” y “la voz Chajaya”), tiene sus estudios centrales en la localidad de Charazani, Provincia Bautista Saavedra del Departamento de La Paz. La emisora comparte el espectro radioeléctrico en la región con Radio “Chullina F.M. 96.7”<sup>15</sup> (que transmite desde la comunidad del mismo nombre) y otras emisoras que se pueden sintonizar a partir de una conexión vía satélite u otro sistema tecnológico (tal es el caso de la emisoras online). Por otro lado, es importante señalar que en el sector se pueden sintonizar con bastante dificultad

---

<sup>12</sup>El total disponible constituye aquel número de frecuencias que se encuentran libres, y que a criterio de los técnicos de la ATT se puede otorgar en concesión.

<sup>13</sup>En Bolivia existe una serie de actividades que desarrolla el gobierno con emisoras comunitarias, por ejemplo apoyo técnico y tecnológico, de gestión y formulación de políticas comunicacionales, en esta tarea trabaja fundamentalmente el “Viceministerio de Políticas Comunicacionales”. Sin embargo, una condición para recibir este tipo de apoyo y asesoramiento es que el discurso de las emisoras no deba ser contrario al gobierno.

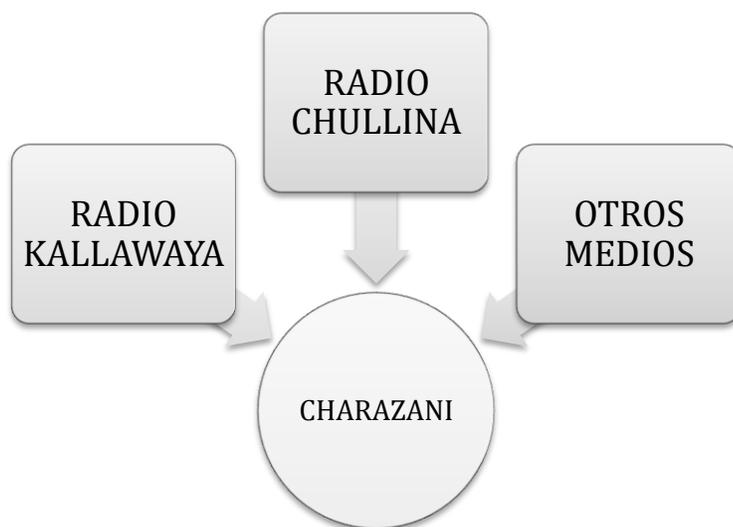
<sup>14</sup>En el presente trabajo, se ha adoptado la corriente que se relaciona con que los medios no ofrecen “libertad de expresión” plena. Esto dependerá finalmente de los principios filosóficos, de planificación y objetivos institucionales que tenga un medio. Es decir que un medio finalmente responderá a los intereses que tenga una persona o un determinado grupo que hubiera impulsado su creación.

<sup>15</sup>Únicamente Radio Kallawayá y Chullina en la actualidad son los dos medios radiales que tienen programación regular en la región. Es evidente que existen otros medios experimentales (sin programación regular) que no fueron considerados en el presente proyecto.

emisoras en Onda Corta y Amplitud Modulada, sin embargo por la desaparición de emisoras que emiten en estas bandas, su baja calidad en sonido y la disminución de ofertas comunicacionales, su incidencia a nivel social es mínima. Además, es bueno recordar que la mayoría de los receptores de radio que en la actualidad se comercializan ya no cuentan con sintonizadores en esos rangos de frecuencia. Reina en la mayoría la F.M. como un estándar.

Charazani es una región donde existen muy pocos medios de comunicación que tienen su punto de transmisión en el lugar. La mayoría son simplemente “repetidoras” de grandes cadenas nacionales (especialmente de televisión). En cuanto a radiodifusión, el número de emisoras (con programación permanente<sup>16</sup>) que transmiten desde Charazani es el siguiente:

#### **GRÁFICO 1 PRINCIPALES EMISORAS QUE SE ESCUCHAN EN CHARAZANI**



FUENTE: Elaboración propia

Como se puede advertir, la oferta de emisoras de radio en Charazani no es muy alta, por lo que esta situación se constituye en un escenario potencial que puede ser coadyuvante al diseño del futuro de radio Kallawaya, para que de esta manera se puedan generar nuevas

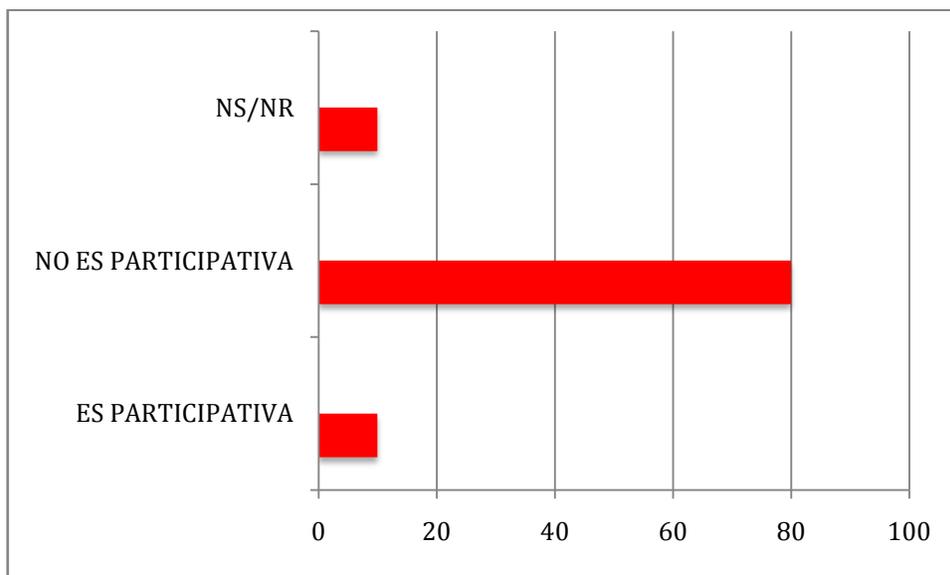
<sup>16</sup> Una condición para que un medio sea considerado como emisora de radio es la continuidad en su programación.

experiencias comunicacionales (con un alto nivel de retroalimentación), considerando los objetivos que persigue el citado medio de comunicación.

A partir de una recapitulación de la información que fue recogida a lo largo del proceso de investigación para delinear el objeto de estudio y el fin del presente proyecto, se deben resaltar una serie de aspectos que a continuación se describen, y que se relacionan con la problemática central que aborda este Proyecto de Grado.

Se ha realizado una consulta a la ciudadanía de Charazani (a partir de la elaboración de una encuesta) para conocer su percepción sobre: los *niveles de participación de la ciudadanía en la programación*<sup>17</sup> de la emisora.

## GRÁFICO 2 PERCEPCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SOBRE EL GRADO DE APERTURA A LA PARTICIPACIÓN EN RADIO KALLAWAYA



FUENTE: Elaboración propia en base a encuesta

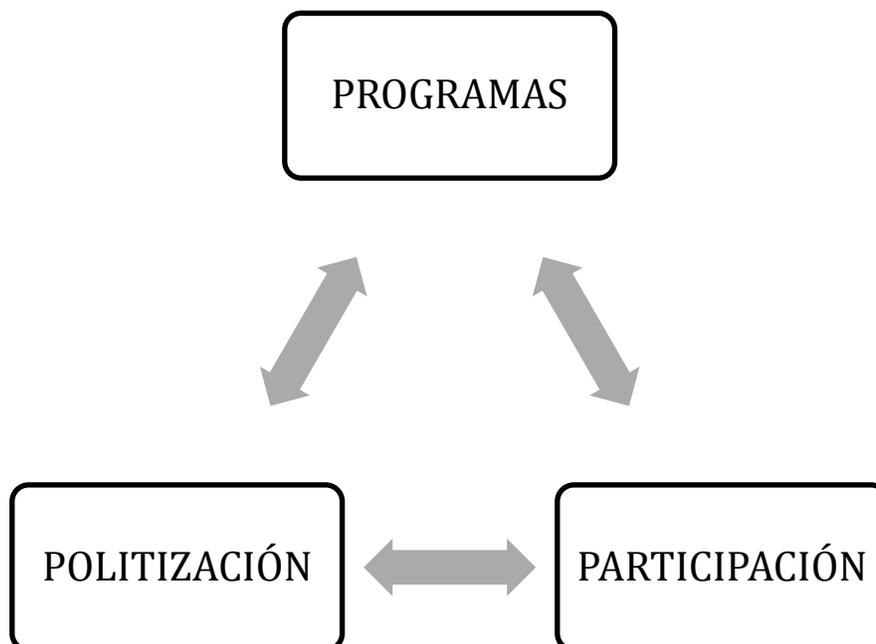
Como se puede apreciar en el gráfico, cuando se hace referencia a la *participación ciudadana en radio Kallawaya*, la mayoría de los encuestados no consideran sea un medio

<sup>17</sup> Partiendo del supuesto de que una emisora comunitaria debe ser altamente participativa en la estructuración de su programación

participativo y abierto a los pobladores de Charazani (considerando su esencia como emisora comunitaria). Esto debe llamar la atención, siendo que uno de los principios del medio como lo señala don Macario Quispe<sup>18</sup> es: “que los hermanos participen en la radio”, es decir que los habitantes de Charazani tengan la certeza de que radio Kallawaya se constituye en una verdadera herramienta para la *libre expresión*.

En el trabajo de campo, también se ha llegado a determinar el grado de percepción sobre radio Kallawaya como medio de comunicación, así como los diversos problemas que tropieza de manera habitual en cuanto a su funcionamiento<sup>19</sup>, en este contexto se ha llegado a priorizar las siguientes preocupaciones de los encuestados<sup>20</sup>:

### **GRÁFICO 3 PERCEPCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SOBRE LOS PROBLEMAS QUE AFECTAN A RADIO KALLAWAYA**



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta

<sup>18</sup>Dirigente campesino de Charazani, entrevistado el 24/05/2017

<sup>19</sup> Conocer esta información, ayuda a interpretar la forma en la que actualmente se realiza el trabajo en la radio.

<sup>20</sup> El encuestador se ha dado a la tarea de categorizar las respuestas, para tener un panorama más claro para el análisis de la información.

Uno de los asuntos que despierta la inquietud de la audiencia de radio Kallawaya, tiene que ver con *la programación*, como se puede apreciar de manera muy manifiesta en el cuadro anterior. Este resultado, sumado a los que se ha llegado a determinar, a partir de la aplicación de la técnica de la observación directa, demuestra que los programas actualmente *no responden a las necesidades de la audiencia*, las motivaciones pasan por la marcada improvisación en el manejo del medio, los contenidos están descontextualizados, o finalmente tienen un contenido político muy marcado.

Cónsonos con lo arriba expuesto, y en base a la muestra obtenida, cotejada con entrevistas y el proceso de observación directa, se ha llegado a establecer que algunos pobladores de Charazani tienen la percepción de que es necesario iniciar un proceso para la *renovación de la programación de radio Kallawaya*, a partir de esa tarea, consecuentemente elevar los niveles de *participación ciudadana*.

*Mejorar la participación* entonces, tiene que ver con la procura para que los ciudadanos tengan *un rol más activo en los diferentes espacios radiofónicos* de la citada emisora. No podía estar ausente en esta parte el tema *cultural*, siendo que Charazani es una región bastante conocida por la cultura Kallawaya, que en muchas partes del mundo ha despertado una serie de reacciones, sobre todo de admiración por constituirse en un importante legado para la humanidad en su conjunto.

Por otro lado, habrá que enfocarse en los problemas que se abordarán con el presente Proyecto de Grado. Como se ha señalado anteriormente, la información de la encuesta fue cruzada con una serie de entrevistas realizadas a personas representativas de Charazani, se ha utilizado también la observación directa y análisis de la programación de radio Kallawaya, lo que ha permitido tener un cierto grado de certeza en la identificación y jerarquización de los problemas centrales vinculados a los fines que persigue el presente

trabajo, cuidándose en todo momento la calidad en la información y los resultados obtenidos.

Según se ha podido establecer, a partir del análisis del material recopilado en el trabajo de campo, existen diferentes percepciones sobre los problemas que tiene Radio Kallawaya, sin embargo, como parte del cotejo de la información recopilada, se ha llegado a interpretar y sistematizar la información considerando los principios de la planificación de la comunicación, lo que ha posibilitado que se pueda identificar las principales problemáticas que tiene radio Kallawaya al presente.

Tres problemas han sido identificados plenamente como prioritarios para lograr cambios profundos en radio Kallawaya:

- *Participación,*
- *Programación y*
- *Cultura.*

Como síntesis del trabajo de campo, en esta etapa, se puede concluir que: la emisora tiene como tarea urgente *priorizar la reformulación de su programación* en primera instancia, para que se pueda realizar una serie de cambios en su estructura de funcionamiento, y como eje transversal a todo aquello esta la necesidad de revalorización de la cultura local.

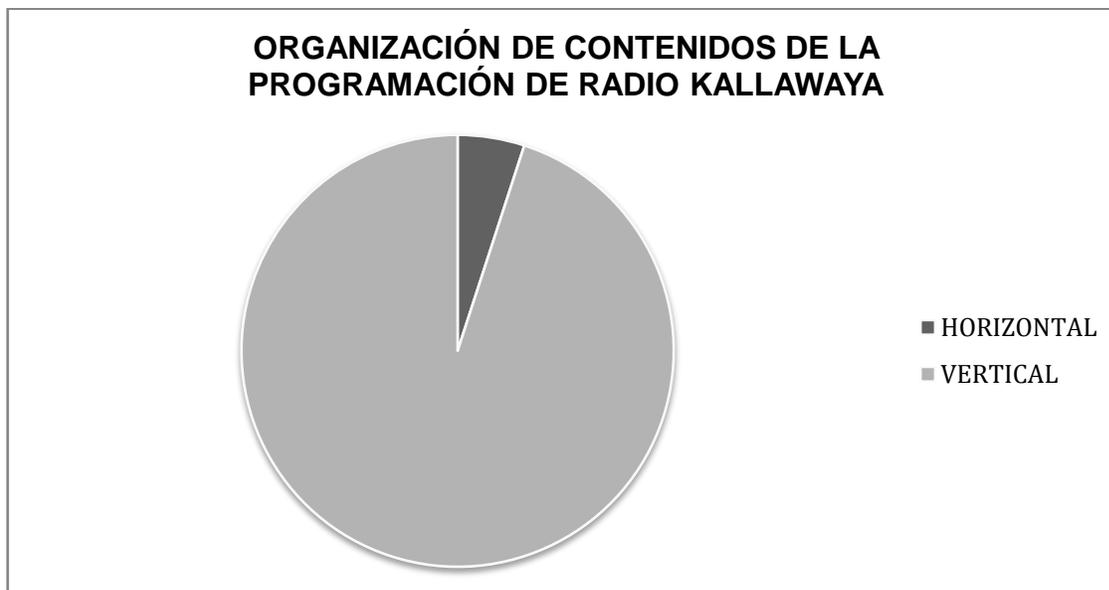
Habrá que recordar que la radio es quizá el *medio tradicional*<sup>21</sup> más idóneo para lograr que se generen condiciones para un cambio dentro de las sociedades, mucho más en aquellas que se encuentran en el área rural, donde todavía el proceso de penetración de la tecnología es lento.

---

<sup>21</sup> En las últimas décadas los medios han cambiado bastante, producto de las nuevas tecnologías. En este contexto se ha empezado a diferenciar a los medios en: tradicionales, alternativos y nuevos. Los nuevos medios son aquellos que han surgido y que tienen como plataforma a las nuevas tecnologías.

Se ha llegado a constatar, que en emisoras comunitarias, la audiencia puede apropiarse de sus contenidos y se constituye en un protagonista. Para el caso de radio Kallawaya, esto no es posible por ahora, debido a la forma en la que está estructurada la programación. La disposición de contenidos es totalmente vertical según se ha podido evidenciar:

#### **GRÁFICO 4 ORGANIZACIÓN DE CONTENIDOS DE LA PROGRAMACIÓN DE RADIO KALLAWAYA**



FUENTE: Elaboración propia

Como se puede apreciar en el gráfico, a partir de la observación directa y análisis de la programación<sup>22</sup> de radio Kallawaya, se ha llegado a determinar que un 95% de los contenidos (en este caso los programas) son definidos de manera vertical. Parte de los espacios radiales son impuestos directamente por instancias del Ministerio de Comunicación, trabajadores del medio, dirigentes o la dirección de la emisora de manera unilateral, sin un análisis previo de las preferencias e inquietudes de la audiencia.

Las organizaciones sociales, y los oyentes particularmente tienen una incidencia mínima en la programación, tan solo 5% del total de los contenidos están abiertos a los mismos. Aunque algunos espacios de la programación pretenden ser participativos, siempre existe el

<sup>22</sup> Para lo cual se ha realizado un análisis cualitativo que ha tenido como base fundamental la emisora y el contexto en el que desempeña su trabajo.

*filtro*<sup>23</sup> político que no permite que ésta “intención” sea llevada adelante de manera plena y oportuna. Para corroborar lo anteriormente mencionado, se ha realizado una compilación de los programas que se emiten de manera regular:

**CUADRO 1 SÍNTESIS DEL ANÁLISIS DE LOS NIVELES DE PARTICIPACIÓN Y DE APERTURA A LA CULTURA DE CHARAZANI EN RADIO KALLAWAYA**

HORARIO	DURACIÓN	FORMATO	DENOMINACIÓN	CONTENIDOS
05:00 – 06:00	1:00'	Informativo musical	Amaneciendo	Es un espacio en el que se abordan temas de coyuntura, a partir de una que no es propia de Charazani, sino que parte de los contenidos que ha priorizado el Ministerio de Comunicación y se basa simplemente en la simple lectura de noticias combinado con cumbia chicha. Se podría decir que hay más música que noticias según el monitoreo realizado.
06:00 – 07:00	1:00'	Noticiero elaborado por el Sistema Nacional de Radios de los Pueblos Originarios		Es un noticiero producido por el Ministerio de Comunicación, que más que nada resalta la gestión de gobierno, se caracteriza por proporcionar noticias de las provincias
07:00 – 09:00	1:00'	Noticiero elaborado por Red Patria Nueva		Es otro noticiero que tiene un carácter más político y de realce de la actividad gubernamental
09:00 – 11:00	2:00'	Radio revista miscelánea	Tome nota	Es un programa que procura participación de la audiencia, lo han catalogado como: Agenda Comunitaria. Sin embargo no ha logrado ganar confianza plenamente de la audiencia. Para dejar un comunicado, aviso y convocatoria, se requiere hacer una erogación económica. Por otro lado si eres afín al partido de gobierno u organización social que apoya al MAS tienes cobertura completa de tus actividades, siendo ese el filtro.
11:00 – 12:00	1:00'	Revista musical	Juntos en el trabajo	Se emite cumbia villera,

<sup>23</sup> Por la política que la dirección ha adoptado de apoyo incondicional al gobierno.

				gran parte de la música es definida por el productor del programa, no hay participación para solicitar música, porque se ha tropezado con que no existe una discoteca considerablemente amplia para complacer los gustos de la audiencia.
12:00 – 16:00	4:00´	Noticiero y espacios diversos		Es un noticiero y espacios diversos (porque no se tiene certeza de los contenidos, que varían en función a la agenda de Radio Patria Nueva o el Ministerio de Comunicación), se centraliza en la ciudad de La Paz.
16:00 – 18:00	2:00´	Revista musical	Gente joven	Un programa de entretenimiento, que se centra en contenidos foráneos y que corresponden a otras realidades. Culturales
18:00 – 20:00	2:00´	Noticiero del Sistema Nacional de Radios de los Pueblos Originarios o Red Patria Nueva		Noticiero, se tiene un pequeño segmento para que radio Kallawayta pueda presentar un resumen noticioso.
20:00 – 22:00	2:00´	Revista musical de entretenimiento	Festival andino	Espacio en el que se emite música chicha boliviana peruana (por la influencia que tiene el Perú en el sector).
22:00		Cierre de emisión		
<b>PROGRAMACIÓN DE FIN DE SEMANA</b>				
<b>HORARIO</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>FORMATO</b>	<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CONTENIDOS</b>
05:00 – 05:05	5´	Identificación (inicio de programación)		Espacio pregrabado que se emite al iniciar la programación, es bastante extenso para este formato
05:05 – 08:00	3:00´	Noticiero nacional		Noticia que se transmiten desde Radio Patria Nueva desde la ciudad de La Paz.
08:00 – 10:00	2:00´	Revista musical de entretenimiento	Nuestras vivencias	Programa que procura reflejar las festividades en comunidades, sin embargo no logra este cometido, siendo un programa de orden cultural, se mezcla con música chicha y villera, aquí si hay un mínimo de participación ciudadana.
10:00 – 14:00	4:00´	Noticiero y espacios diversos		Es un contacto con Radio Patria Nueva, que presenta noticias, y además contenidos diversos que varían en función a la coyuntura.

14:00 – 16:00	2:00´	Revista musical	Los más calientes	Un programa que se centra en el género de cumbia tropical
16:00 – 18:00	2:00´	Revista musical	Rojo Amarillo y Verde	Música nacional, que presenta música no precisamente de la región, sino es más generalista, es decir presenta música del país, no se centra en los artistas de Charazani, muy rara vez se escuchan temas musicales propios de la región.
18:00 – 20:00	2:00´	Espacio con diversos formatos		Es otro espacio cedido a Radio Patria Nueva, para la emisión de contenidos diversos
20:00 – 22:00	2:00´	Revista musical	Reventón de fin de semana	Música variada
22:00		Cierre de emisión		

Fuente: Elaboración propia

Se ha procurado sintetizar en este cuadro la totalidad de la programación de la emisora (porque hay muchos espacios que se improvisan y no están consignados formalmente). Sin embargo, hay que resaltar que en cualquier momento se puede interrumpir la secuencia programática si existe una transmisión de entrega de obras, discurso presidencial o finalmente un acto del gobierno o político del MAS<sup>24</sup>. Este contexto complejo, le quita formalidad y continuidad a radio Kallawayá. Esta situación puede repercutir negativamente en el mediano plazo con la pérdida de la fidelidad de la audiencia hacia el medio.

Por otro lado, si se examina el rol del *equipo que trabaja* en la emisora, se puede aseverar que tienen parte de responsabilidad para que la programación de radio Kallawayá no sea formal, ni responda a las inquietudes de la audiencia. *Varios colaboradores*<sup>25</sup> de la radio, en muchas ocasiones han tenido una *participación esporádica y muy poco seria*, siendo que

<sup>24</sup> Movimiento al Socialismo

<sup>25</sup> Colaboradores en este caso son aquellas personas que no tienen una relación laboral formal con Radio Kallawayá, y realizan tareas dentro de la emisora ya sea por invitación directa, así también por voluntad propia. En este sentido, no existe una relación laboral, un vínculo legal formal, lo que imposibilita que se pueda hacer un control riguroso.

sin previo aviso no asisten al *espacio* que se ha cedido o finalmente *no se prepara con antelación el material* que será difundido<sup>26</sup>. Este problema se puede explicar de varias maneras, pero la ausencia de remuneración económica a gran parte del personal de apoyo de radio Kallawaya imposibilita que se tenga una *relación formal y directa*, por lo que es bastante complejo se pueda exigir resultados por un trabajo gratuito.

Por su parte, la participación directa de la audiencia en la programación de radio Kallawaya es un asunto que debe ser considerado con mucha atención, siendo que la comunicación alternativa y popular exige que los oyentes puedan identificarse plenamente con el medio, para procurar el logro de algunos resultados de manera exitosa.

Sin embargo, en esta parte es preciso puntualizar que la palabra *participación* es muy compleja (puede llegar a tener una serie de connotaciones que pueden desvirtuar la comprensión del presente documento), pero en cuestión de radiodifusión, y en el marco de los objetivos de este proyecto, debe entenderse como:

“...La participación directa de los oyentes en los programas de radio hace posible que (sic) los oyentes intervengan en el contenido de los programas de radio. Puede definirse como una técnica de producción de contenidos que utilizan los profesionales de la radio para facilitar el diálogo con la audiencia y el intercambio provisional entre los roles de emisor y receptor...”<sup>27</sup>.

En este contexto, cuando se habla de *participación*, se hace referencia a que la audiencia se relacione e involucre con la emisora de radio (dicho en otros términos: *sea parte de la misma*). Uno de los retos para radio Kallawaya, como se ha podido constatar, es lograr *implementar de manera gradual y progresiva* espacios participativos, en los que la población en general pueda sentirse identificada con los mensajes y contenidos de la

---

<sup>26</sup> Conclusiones extraídas de la observación directa y análisis de la programación

<sup>27</sup> Extraído de: [https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art\\_id=49](https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=49), página consultada el 20/06/2017

radiodifusora (hace falta la utilización de la empatía y factores de identificación como lo había planteado Mario Kaplún).

Una emisora de radio comunitaria con espacios participativos en su programación, persigue devolverle la palabra a la audiencia, para que de esta manera se pase de un diseño *vertical* a uno *horizontal* y *abierto*. Para la Federación Argentina de Radios Comunitarias (FARCO), las radio comunitaria como medio debe desarrollar: una comunicación pluralista y participativa, abierta a la necesidad de expresión de los sectores sociales y culturales con menor posibilidad de acceso a los medios con fines exclusivamente comerciales”<sup>28</sup>.

Es necesario, en este contexto, trabajar en una *programación* que persiga objetivos y acciones que se centren en lograr mayor *participación e interacción* con la audiencia en diferentes espacios, ello permitirá *legitimar* no solamente el medio, sino también los *contenidos*.

Estas premisas se adecuan perfectamente a los postulados teóricos que plantea la radio comunitaria, que entre otras tareas, debería adecuarse a las necesidades de desarrollo social, participación y cultura del pueblo al que representa, independientemente de la coyuntura política (que en muchos lugares incide en los contenidos y la agenda de los medios, especialmente comerciales).

En la misma línea de reflexión, una de las *tareas urgentes* para las emisoras comunitarias es *democratizar la palabra*, como bien lo plantea José Ignacio López Vigil en su libro “Radialistas Apasionados”. *Democratizar la palabra* tiene que ver con la apertura de espacios radiofónicos a la población. Es preciso, en este contexto, que sean los mismos ciudadanos los que participen, reflexionen y analicen sus problemas, anhelos, sueños a

---

<sup>28</sup> Extraído de: [www.amarc.org](http://www.amarc.org), página consultada el 10/09/2018

partir de su realidad. Para una emisora comunitaria, elevar los niveles de participación directa en el diseño de su programación radiofónica es un asunto esencial y urgente.

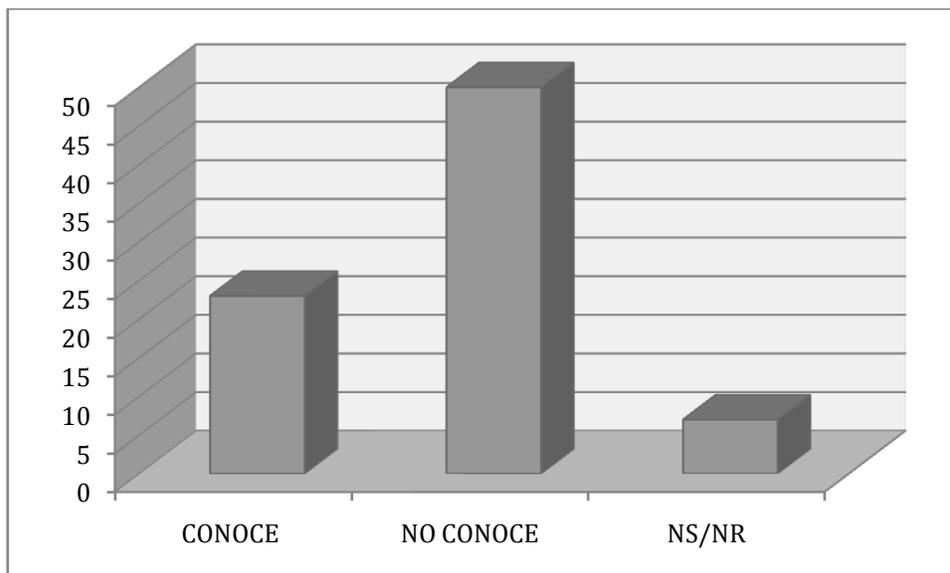
Paralelamente al bajo nivel de *participación directa* de la audiencia en la programación en radio Kallawayá, se ha llegado a determinar que no existen espacios radiofónicos especializados en los que se promueva la cultura de la región en sus diferentes expresiones, especialmente de música autóctona.

La programación musical y en general el manejo de los patrones culturales que se insertan en los contenidos programáticos no corresponden a Charazani concretamente, sino que *son copias de otros sitios* que manejan criterios ajenos y totalmente distintos, los mismos son reproducidos y distribuidos en los diferentes programas de la radio (hay que reconocer que en parte es un efecto de proceso de globalización), este problema no solamente es inherente a radio Kallawayá, sino que también afecta a una gran cantidad de medios comunitarios y populares en el mundo.

Por otro lado, es trascendental destacar otra de las preocupaciones que tienen autoridades y muchos habitantes de la región de Charazani con respecto a radio Kallawayá, ella tiene que ver con las *actitudes que adoptan los jóvenes* (especialmente entre 18 y 25 años) con respecto a su realidad y raíces culturales. Es inquietante evidenciar, que de manera gradual, la juventud que habita Charazani está perdiendo interés por la música y cultura tradicional de la región, tal y como se ha afirmado antes, están siendo grandemente influenciados por patrones culturales extranjeros.

A la inquietud de: si conocen la música y cultura tradicional de Charazani, estas fueron las reacciones (de una muestra de 80 personas, que están en el rango de edad para este análisis):

### GRÁFICO 5 PERCEPCIÓN DE LOS JÓVENES SOBRE LA MÚSICA Y CULTURA TRADICIONAL DE CHARAZANI



FUENTE: Elaboración propia en base a encuesta

Como se puede apreciar en el gráfico, la mayoría de los encuestados asevera "no conocer la cultura de Charazani"; sin embargo, esta tendencia puede llevar a que se realice un análisis, a partir de un cruce de la información, para que de esta manera se pueda establecer las causas de esta tendencia. El dato debe ser valorado adecuadamente, considerando que a pesar *del margen de error*, hay una tendencia preocupante que demuestra que la juventud *no se identifica con la cultura local*, lo que podría motivar a la realización de otra investigación.

Dado que la cultura se puede transmitir de diferentes maneras, siendo que sus formas de expresión son diversas, es importante en comunicación<sup>29</sup> determinar aquellas que permitan incentivar el cambio de conducta frente a una corriente. Una forma de transmitir cultura a través de un medio masivo de información es *la música*. La música es un elemento importante del lenguaje radiofónico<sup>30</sup>, es central en muchas programaciones radiofónicas

<sup>29</sup> Cuando se utiliza la comunicación para alcanzar algunos fines, se ha preciso instrumentalizar la comunicación para alcanzar algunos resultados.

<sup>30</sup> El lenguaje radiofónico está constituido por tres elementos esenciales: *la palabra, la música y los efectos*. Asimismo el *silencio* es otro elemento que tiene una función psicológica y puede generar una serie de

(especialmente en las emisoras de F.M. musicales y de entretenimiento) porque cumple diversas funciones como ser: sintáctico gramatical, *programática*, descriptiva ambiental, expresiva, ubicativa, entre otras. La función *programática* de la música para el presente trabajo es central, siendo que la misma se relaciona con los contenidos que deben ser introducidos en la programación.

La música acompaña a la voz, tiene un fuerte poder evocativo, transmite una serie de mensajes y emociones; pero no solamente ello, sino que la música dentro de una programación radiofónica es una herramienta esencial que puede ser central para la conservación y promoción cultural.

La música en sus diferentes formas de expresión, se constituye en parte integrante de la memoria colectiva de la humanidad, del patrimonio de las personas, siendo que conserva y reproduce algunos aspectos de una determinada realidad en un momento histórico concreto. Por su alto nivel de importancia, es fundamental en una estación de radio gestionar de la mejor manera posible *la música* en todas sus expresiones, ello puede coadyuvar a promocionar la *cultura* y satisfacer de esta manera los gustos e inquietudes de la audiencia.

Para el caso de radio Kallawaya, se ha llegado a determinar que gran parte de los programas son *musicales* y de *entretenimiento*. La música en esta emisora de radio, es el elemento esencial del mensaje; sin embargo, un aspecto que preocupa bastante, se centra en que estos espacios no están debidamente planificados ni gestionados, no se puede conocer a ciencia cierta los efectos que a mediano y largo plazo pueden provocar en la cultura local el uso de música foránea.

---

connotaciones, sin embargo su falta de uso en las producciones radiofónicas está provocando que inclusive no pueda ser considerado como un elemento central.

Uno de los efectos más adversos que produce la mala gestión de la música, tiene que ver con el hecho de que los espacios musicales en vez de constituirse como un factor generador de *identidad dentro de un grupo social*, puede ser instituida más bien como un instrumento de *alineación cultural* muy perjudicial. Para José María Peñalver la relación de la cultura y la música inevitable:

“La palabra cultura, etimológicamente procede del verbo latino colere (cultivar) y en sentido metafórico, puede referirse al cultivo del espíritu humano. Hace referencia a los modos de vida, tradiciones y costumbres, así como a los conocimientos y al grado de desarrollo artístico, científico y tecnológico de una sociedad. La música es cultura puesto que constituye desde el principio de la humanidad una de las manifestaciones más importantes dentro del contexto cultural de cualquier época o civilización”<sup>31</sup>.

Estudios culturales apuntan a que ciertos géneros musicales se enfocan a incidir en los hábitos de consumo del individuo, por lo que es importante que los medios puedan asumir (en el contexto de su rol social) un compromiso para difundir la cultura y servir de instrumento de defensa y de los intereses de una comunidad.

Por otro lado, es bueno advertir de que en radio Kallawaya no existe una *política comunicacional* que permita promocionar la cultura Kallawaya y la música de la región de manera adecuada. Existe una línea programática que no es propia de un medio comunitario (no responde a su esencia), ya que algunos programas son de carácter comercial y muchos sectores (como el noticiero) se emiten en cadena con Radio Patria Nueva y en algunas ocasiones con el Sistema Nacional de Radios de los Pueblos Originarios, no reflejándose de manera prioritaria las noticias y acontecimientos que se suscitan en Charazani. Por otro lado, se ha llegado a determinar que los locutores y operadores de radio Kallawaya, han priorizado la música peruana *chica* o *villera* en los diferentes espacios.

---

<sup>31</sup> Extraído de: [www.repositori.uji.es](http://www.repositori.uji.es), página consultada el 05/09/2018

Otra de las dificultades más grandes que tiene radio Kallawaya, es la ausencia de un modelo de *gestión radiofónica*. No existe un modelo de planificación adecuada que procure la proyección de la emisora al futuro; la mala gestión del medio provoca que en lo administrativo se tenga como resultado una mala organización, se administre inadecuadamente el dinero, no se tenga una política comunicacional coherente, se cuente con una programación desordenada, y por tanto, se pierdan oyentes. Muchos vecinos de Charazani como doña Petrona Mamani<sup>32</sup>, prefieren “escuchar música” o “ver televisión”, porque la radio no les parece un medio “atractivo”:

“No es bonito (sic) los programas de la radio a veces son aburridos, hacen transmisiones largas de entregas de obras del Presidente y asambleas (...) los locutores a veces no hacen sus programas, hay cosas que no me gustan”.

También, es bueno resaltar, que muchos locutores y personal de apoyo de la radio no son profesionales en el área; algunos están desempeñando sus funciones por encargo de sus organizaciones sociales, o más por el contrario por “hobby”<sup>33</sup>, no teniendo una orientación sobre el manejo de la radio como un *potente instrumento para el cambio social* (principio de la radio comunitaria). Sin embargo, es necesario aclarar que no existen recursos económicos suficientes como para pagar a locutores profesionales y personal de apoyo especializado, quizá esa sea una de las explicaciones referidas a la improvisación en el medio.

Por todo lo mencionado, una de las primeras aproximaciones al problema central se puede graficar de la siguiente manera:

---

<sup>32</sup>Habitante de Charazani, además tiene formación en periodismo popular, fue entrevistada el 25/05/17

<sup>33</sup>Es una palabra inglesa que se interpreta como: aquella actividad que le gusta realizar a una persona.

## CUADRO 2 APROXIMACIÓN A LA PROBLEMÁTICA CENTRAL



**FUENTE:** Elaboración propia

Como se ha logrado determinar a lo largo del proceso de exploración diagnóstica, el problema central del presente proyecto gira en torno a la *programación de la Radio Kallawaya* de manera general, siendo que los contenidos que actualmente son emitidos por la emisora no responden adecuadamente al contexto en el que desarrolla su trabajo.

Es evidente que existe la ausencia de espacios radiofónicos en radio Kallawaya que reflejen la realidad de Charazani, tampoco se aborda el aspecto cultural en los contenidos de los programas, ni siquiera se difunde música propia de la región.

A partir de la realización de un diagnóstico preliminar<sup>34</sup>, centralizado esencialmente en la población de Charazani (por la distancia no se pudo alcanzar otras poblaciones dispersas), existe una marcada preocupación de muchos habitantes por la dinámica de trabajo que ha adoptado radio Kallawaya en los últimos años. Los contenidos de los programas muy poco tienen que ver acerca de la realidad de la región, estando más concentrados en temas políticos y el entretenimiento fundamentalmente; por otro lado, se ha llegado a determinar que la radio está descuidando la promoción de la *rica cultura del pueblo Kallawaya*, siendo que Charazani es una región muy conocida por su cultura y tradiciones, a tal extremo que

<sup>34</sup> Que en su diseño ha consignado una serie de tareas que han permitido estudiar el objeto de estudio, determinar la viabilidad del proyecto, y delimitar adecuadamente el trabajo.

más de una vez ha sido valorada a nivel internacional por su música autóctona<sup>35</sup> y otras tantas expresiones culturales.

En este contexto, es necesario revalorizar las perspectivas que fueron manifestadas por educadores populares como Mario Kaplún, que promueven fundamentalmente que los medios puedan tener una visión más social y educativa. Se hace imperioso en este sentido que se pueda utilizar la comunicación alternativa y popular combinada con las posibilidades que ofrece la radio como medio masivo para reivindicar la cultura de los pueblos, ese es el enfoque que se le ha dado al presente trabajo.

Luego de sintetizar y procesar la información, se ha llegado a determinar que entre las principales causas del problema del presente proyecto se encuentran los siguientes elementos:

### **CUADRO 3 APROXIMACIÓN A LAS CAUSAS DEL PROBLEMA CENTRAL**



**FUENTE:** Elaboración propia

<sup>35</sup>Por la falta de promoción de parte de medios de comunicación y autoridades, se está reduciendo cada vez más el número de grupos musicales, perdiéndose así la riqueza cultural de Charazani y de la Provincia Bautista Saavedra en general. Así mismo, hay que hacer notar que la cultura Kallawaya ha sido nominada como “patrimonio cultural e intangible” de la humanidad por la UNESCO.

Como se puede apreciar, una de las causas principales para que exista una *desconexión* entre el contexto de Charazani y los contenidos que emite la radio, tiene que ver con la desvinculación entre: la realidad y la programación.

### GRÁFICO 6 ELEMENTOS QUE INCIDEN EN LOS CONTENIDOS DE RADIO KALLAWAYA



Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar en el gráfico, la forma en la que se gestiona el medio, incide negativamente en los contenidos que emite el mismo. Aquí se debe resaltar nuevamente que no existe una planificación adecuada de los programas y los mensajes que deben ser emitidos. Existe bastante improvisación, por lo que en esas circunstancias es muy complicado que se pueda reflejar la cultura Kallawaya y la música de la región en los diversos espacios radiofónicos.

En la indagación previa, para determinar la pertinencia y viabilidad de la presente propuesta, se ha llegado a establecer también que no existe un documento serio de planificación en la radio, quizá esto tenga que ver con el número de personas que *toman determinaciones* dentro de la misma. Hay muchos dirigentes y vecinos que quieren

intervenir directamente en la dirección y gestión de la radioemisora, lo que provoca cierta incertidumbre en cuanto a los resultados de la programación a mediano y largo plazo.

Por otro lado, es bueno resaltar que la dirección no supervisa adecuadamente el trabajo del personal de la emisora, es decir que no hay un proceso de coordinación para que se pueda llevar adelante una *política comunicacional* que posibilite alcanzar resultados y medirlos.

Radio Kallawaya, al igual que miles de emisoras comunitarias que trabajan con organizaciones sociales que tienen representación de las mismas en su directorio, tienen una serie de dificultades en su funcionamiento por la *diversidad de enfoques* que se pueden presentar en el proceso de toma de determinaciones, por lo que es indispensable tener muy en claro los diferentes niveles de toma de decisiones y el contexto en el que se debe llevar adelante esta tarea.

En la perspectiva de crecimiento y apertura de espacios participativos a la población en la programación, con contenidos que reivindiquen la música y cultura de la región, se requiere de una serie de condiciones materiales que tienen que ver con el *equipamiento técnico e incremento de recursos humanos* para llevar adelante esta tarea. Esto se constituye en una dificultad con la que se tropieza en la radio, puesto que implementar tecnología supone una erogación económica muy grande, lo que por ahora es algo muy lejano todavía.

Como se muestra en el Anexo No. 1, se ha hecho una relación de las causas y efectos de la problemática central identificada de la Radio Kallawaya F.M. 99.9, pudiendo la misma ser resuelta a partir de la propuesta de proyecto comunicacional que se presenta en las páginas siguientes.

## **II. FUNDAMENTACIÓN**

El estudio de la radio comunitaria es una tarea pendiente en materia de investigación de la comunicación. La radio comunitaria se constituye en un fenómeno comunicacional muy dinámico y en constante perfeccionamiento. En este contexto, se hace imprescindible indagar sobre el rol que tiene en este caso particular Radio Kallawaya, en el marco del enfoque de la comunicación horizontal y alternativa, como también en el plano de la cultura y de la construcción de identidades.

Cada medio en general debe cumplir un rol dentro de la sociedad, para varios autores los principios de funcionamiento de una radioemisora, canal de televisión o periódico deben combinar: “Educación, información y entretenimiento”, que se constituyen en las funciones básicas que tienen los mismos (criterios aceptados por la mayoría de los autores). Sin embargo, en tanto la esencia de la radio alternativa y comunitaria, sus funciones van mucho más allá de lo estrictamente comunicacional. Las funciones principales tienen que ver con tareas elementales como: democratizar la comunicación y fortalecer a los grupos sociales a los que responde (principio de la comunicación participativa), en este sentido un medio comunitario debe generar condiciones para relacionarse de manera coordinada con organizaciones sociales, instituciones privadas y públicas, para armar un entramado de relaciones que permita se pueda legitimar su discurso.

Teóricamente, se deben implementar en los contenidos de una programación de manera armonizada todas y cada una de las “funciones” (educar, informar y entretener) que tienen los medios. Sin embargo, si se analiza los contenidos de los medios en general, casi de manera generalizada parecería que no existe un equilibrio entre éstas tareas, siendo que en la actualidad se ha priorizado el *entretenimiento* simplemente, situación que muchas veces no coincide con la esencia y los fines que persiguen distintos tipos de emisoras, en particular las radios comunitarias.

Una de las guías más importantes para el *comunicador radiofónico* es la de entender las necesidades de la audiencia como algo absolutamente primordial y combinarlo de manera equilibrada con las funciones que debe cumplir el medio. La audiencia: “es un término abstracto que ha evolucionado durante décadas”<sup>36</sup>, en este marco se tiene que conocer a profundidad a la misma, para que los productos comunicacionales surtan los efectos deseados. Se debe entender entonces que los medios comunitarios deban adecuarse a los requerimientos del público meta, a su contexto y necesidades en materia comunicacional.

En cuanto a los contenidos que una programación radiofónica de un medio comunitario debe difundir, se debería reivindicar la *labor social y cultural* que deben cumplir los medios comunitarios de manera general. Asimismo, se debe tener en cuenta los nuevos retos que plantea al comunicador social el uso de la tecnología en el desempeño de sus labores cotidianas, porque se abren una infinidad de posibilidades en cuanto a comunicación alternativa, popular y comunitaria.

Relacionando lo mencionado anteriormente con los objetivos que persigue el presente trabajo, se debe destacar la interrelación de la *comunicación y la cultura*. En este contexto, y para el caso particular que interesa abordar con el proyecto, se considera de gran importancia promover la música autóctona y revalorización de la cultura Kallawaya en Charazani, por medio de la *reingeniería de la programación de la emisora*, que podrá ser una instancia articuladora en la sociedad para preservar las costumbres y todo tipo de expresiones culturales de la región donde la emisora tiene cobertura.

En Bolivia existen una serie de culturas y expresiones de este tipo que conviven desde hace milenios, el inconveniente es que se están viendo afectadas por el fenómeno de la *globalización*, por lo que resulta imperioso que desde las esferas del poder en el país, se puedan gestionar políticas serias de difusión, promoción y preservación de la riqueza cultural de varias regiones que constituyen el Estado Plurinacional. La radio puede constituirse en uno de los instrumentos más eficaces para alcanzar esta tarea de manera

---

<sup>36</sup>Extraído de: <http://www.euskonews.com/0426zbnk/gaia42604es.html>, página consultada el 20/01/2018

urgente, por las características que tiene y su potencial de llegar de manera eficiente a la población (especialmente a sectores populares).

La *restricción* (a partir del cierre de espacios de difusión) a las diferentes expresiones musicales autóctonas en Bolivia y particularmente Charazani, ha repercutido negativamente en la cultura y su transmisión a las generaciones venideras. El perjuicio a los grupos musicales y artistas llega a tal punto, que algunos grupos (generalmente constituidos por personas mayores de edad) o solistas desaparecen sin dejar un legado cultural, quedando rápidamente en el olvido.

En la actualidad, muchos artistas simplemente tienen cobertura en pequeñas festividades locales de Charazani, ni las autoridades, ni los medios prestan atención a los difusores de la cultura de la región. Radio Kallawaya en este sentido puede ser un canalizador para que en un futuro, autoridades, músicos, intelectuales entre otros, puedan asumir un rol fundamental en el cuidado y preservación del valor cultural muy grande que existe en la Provincia Bautista Saavedra.

Marco Quispe<sup>37</sup> experimentado músico oriundo de Charazani, ante la crisis que sufren los artistas y la cultura de la región señala que: “no conviene vivir de la música folklórica”, los ingresos económicos de los grupos y músicos es muy bajo, “tenemos que dedicarnos a otras actividades o finalmente migrar” dice el artista, que no recuerda en los últimos años de una interpretación musical que alegre a los habitantes de la región, y que por sobre todo cautive a la juventud, siendo que gran parte de los jóvenes escucha música foránea y por ende se deja influenciar por otras culturas, poniendo en riesgo a largo plazo la supervivencia de la cultura Kallawaya.

Por otro lado, como se ha podido apreciar en páginas anteriores, existe la creciente expectativa que tiene la audiencia para que se pueda hacer un relanzamiento de la

---

<sup>37</sup>Músico profesional, actualmente trabaja con diferentes grupos. Entrevistado el 27/05/2017

programación de radio Kallawayá<sup>38</sup>. Siendo que desde su aparición, ha generado mucha expectativa entre los habitantes de la provincia Bautista Saavedra, porque se hacía necesario tener un medio que permita acortar distancias, informar y entretener en las actividades en el campo.

Como una sinopsis de la información recabada en esta primera parte del trabajo, se puede afirmar que los oyentes quieren que el medio se pueda constituir en un vehículo que posibilite la libre expresión. Asimismo, que radio Kallawayá se constituya como difusor de la cultura y sirva para el empoderamiento de la juventud y de las organizaciones sociales de Charazani.

Radio Kallawayá a criterio de algunos dirigentes sociales<sup>39</sup>, debe pervivir en el tiempo, ya que es parte del patrimonio del pueblo de Charazani, por lo que se hace necesario hacer una proyección del medio a futuro, a partir de la construcción de una propuesta para su ulterior implementación. Una organización podrá sobrevivir en el tiempo, solamente si elabora un plan estratégico y un sistema de gestión radiofónica (extremos que salen de los objetivos del presente trabajo, pero que podrían ser objeto de un trabajo de investigación posterior).

Recapitulando, hay que resaltar la riqueza de la *radio comunitaria*, su virtud radica en su potencialidad comunicacional para llegar a grupos vulnerables; su flexibilidad (en cuanto a su manejo), permite al comunicador social construir modelos que se adecuen al contexto en el que desarrollan su trabajo, no se cierran como los modelos de trabajo de las emisoras comerciales.

Entonces, se puede afirmar que en una emisora comunitaria existen una infinidad de posibilidades, todo depende del mecanismo de planificación e implementación que se

---

<sup>38</sup> Esto por lo menos se desprende del diagnóstico, encuestas, observación directa y entrevistas

<sup>39</sup> Como don Orlando Álvarez (Mallku de la Central Chajaya) quien opina que debería : “ser la radio como una organización activa de Charazani (...) que sirva a nuestros hijos y nietos” (entrevista realizada el 12/07/2017); por su parte la señora Virginia Carita (Ejecutiva de mujeres Bartolina Sisa) se expresa de la misma manera, aduciendo que: “radio Kallawayá es de las organizaciones sociales, del pueblo”, por ello “hay que cuidarla” (entrevista realizada el 12/06/2017).

utilice. Radio Kallawaya en su calidad de emisora comunitaria, se abre esa posibilidad de implementar cambios a mediano plazo, para que en un futuro se constituya en un modelo o base para la construcción de una “escuela radiofónica”<sup>40</sup>, abierta y participativa.

### **III. OBJETIVOS**

Para la redacción de los objetivos partimos de la construcción del árbol de problemas:

#### **3.1 Objetivo general**

- Proponer un modelo de reingeniería de la programación para Radio Kallawaya FM 99.9 (radio de los pueblos originarios) para promover música autóctona y revalorización de la cultura Kallawaya en la localidad de Charazani, provincia Bautista Saavedra del Departamento de La Paz en 2018.

#### **3.2 Objetivos específicos**

- Analizar la programación actual de radio Kallawaya, para determinar si promueve la música autóctona y cultura de la región en los diferentes espacios radiofónicos.
- Reflexionar sobre la importancia para radio Kallawaya, de reflejar en sus distintos programas la realidad de la provincia Bautista Saavedra, especialmente la música autóctona y la cultura de la región.
- Determinar el rol actual de radio Kallawaya en la promoción y difusión de la cultura Kallawaya.

---

<sup>40</sup> Aunque este concepto es muy antiguo, se lo utilizaba sobre todo cuando las emisoras comunitarias procuraron cumplir las funciones y tareas que el estado no podía cumplir en algunas regiones.

- Coadyuvar a la proyección de Radio Kallawaya a futuro, a partir de la proposición de una nueva programación que reivindique la cultura y música de la región.

#### **IV. ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS**

En Charazani existe una serie de actores, por su rol dentro del sistema social que constituyen, se los puede dividir en tres categorías fundamentalmente: sociedad civil, instituciones públicas e instituciones privadas.

En el siguiente cuadro se puede apreciar una relación de los mismos con respecto a los objetivos que persigue el presente proyecto de grado:

**CUADRO 4 ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS**

Nº	GRUPOS/ACTORES	INTERESES	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS Y MANDATOS
1	Personal de la radio	- Permanencia en el medio - Mejoramiento de su trabajo	- Falta de capacitación en comunicación radiofónica - Muchos de ellos no perciben un salario de parte del medio	- Capacitación y orientación en radiodifusión
2	Músicos de Charazani	- Promocionar su música - Tener mayor presencia	- No son muy conocidos por los jóvenes - No tienen recursos para promocionar su trabajo	- Proporcionar espacios para la promoción de la música autóctona de Charazani y la región
3	Ministerio de Comunicación	- Controlar radio Kallawaya e incidir en los contenidos de su programación	- Quieren centralizar los mensajes a favor del gobierno - Interrumpir la programación para transmitir mensajes presidenciales	- Mantener un buen nivel de relacionamiento, pero condicionando los horarios y espacios en los que se puede transmitir
4	Vecinos y comunarios de Charazani	- Escuchar programación de mayor calidad - Tener participación más activa en la radio	- Desinformación sobre el trabajo de la radio - Poco interés en radio Kallawaya	- Ofrecer una mejor programación - Abrir más sectores de participación

5	Otras emisoras	-Competir y ganar audiencia	-Existe un criterio de competencia y no de coordinación	-Organizar una serie de contactos con las otras emisoras de Charazani para coordinar acciones conjuntas
6	Organizaciones sociales de Charazani	-Defensa de los intereses gremiales y sectoriales	-Falta de apropiación de radio Kallawaya para el trabajo conjunto	-Apertura de espacios para incrementar la participación de sectores sociales y organizacionales de Charazani
7	Gobierno Municipal de Charazani	-Cumplir con el mejoramiento de Charazani -Realizar obras y proyectos de impacto social	-Existen intereses políticos que alejan al municipio de la radio	-Llevar adelante un proceso de coordinación con el gobierno municipal para coadyuvar a que algunos proyectos puedan encaminarse de buena manera

Fuente: Elaboración propia

## V. METODOLOGÍA

### 5.1 Paradigma socio crítico

Considerando que el presente proyecto de grado es un trabajo académico, es necesario utilizar un paradigma para perfeccionar la realización de acciones, a partir del análisis e interpretación de la realidad. “Los paradigmas, dicho de modo elemental, son concepciones, costumbres y procedimientos que orientan la labor investigadora; así, los paradigmas llegan a convertirse en modelos o patrones para los investigadores”<sup>41</sup>.

En investigación científica, existen varios paradigmas: positivista, histórico, hermenéutico, cuántico y socio crítico. Cada uno de los cuales tiene ciertas particularidades que se aplican a determinados tipos de realidad, dependiendo de las inquietudes que tiene el investigador.

El paradigma que más se aproxima a los fines que persigue éste trabajo es el *socio crítico*, porque supone que *la sociedad* es el motor para el establecimiento de cambios profundos en su interior. El *paradigma socio crítico* tiene un planteamiento que se basa en el

<sup>41</sup> Extraído de: [http://acracia.org/historico/Acracia/El\\_paradigma\\_sociocritico.html](http://acracia.org/historico/Acracia/El_paradigma_sociocritico.html), página consultada el 02/09/2018.

cuestionamiento al *paradigma positivista* en su concepción del mundo. Los puntos centrales del cuestionamiento se refieren fundamentalmente a la explicación que brindan los positivistas sobre la transformación de la sociedad, su evolución y desarrollo en el tiempo.

Para los seguidores del paradigma *socio crítico* es preciso *analizar* con cuidado las dinámicas de crecimiento y desarrollo de una sociedad, en este contexto el método proyectará la forma más idónea para realizar *cambios cualitativos en la misma*. Una de las condiciones esenciales (a diferencia del positivismo) es que se debe tener la participación activa de un conjunto de actores sociales.

Varios pensadores fueron los que coadyuvaron al desarrollo de este paradigma, que se apoya fundamentalmente en la *teoría crítica*<sup>42</sup>, particularmente en los pensamientos de Max Horkheimer y Fredrich Pollock, en primera instancia. Seguidamente la escuela de Frankfurt es la cuna para el desarrollo teórico de este paradigma, que se fue expandiendo a nivel global. Uno de sus pilares esenciales que ha defendido el *paradigma socio crítico* es la metodología de interpretación de la realidad. La esencia de los postulados básicos del paradigma socio crítico se relaciona con las transformaciones sociales que surgen a partir del cuestionamiento *a las condiciones sociales imperantes en un determinado contexto*; es decir que *el individuo* puede ser un actor bastante importante para cambiar su propia realidad, siempre y cuando asuma conciencia sobre ella.

Parafraseando a Popkewitz (1988: 34), los principios elementales de este paradigma son:

- 1) La visión de una realidad objetiva
- 2) Visión compartida del conocimiento
- 3) Teoría del conocimiento y de sus relaciones con la realidad y con la práctica

Es decir, que para la aplicación del paradigma socio crítico se deben seguir algunos pasos y generar algunas condiciones. Una tarea inicial se relaciona con el análisis minucioso de *la*

---

<sup>42</sup>Que tiene un fuerte basamento marxista y de izquierda en sus diferentes expresiones.

*realidad* en la que se intenta intervenir, lo que permitirá tener bastante información sobre el contexto en general. La *visión compartida del conocimiento* se relaciona con la socialización de experiencias hacia los miembros de un grupo social con el que se proyecta trabajar frente a determinado fenómeno que será establecido por el investigador.

Y finalmente, en la línea de análisis de la propuesta metodológica de Popkewitz, la teoría del conocimiento tiene que ver con la reflexión sobre determinados elementos de una realidad, para que luego se asuman acciones prácticas, que posibiliten que de modo gradual se pueda ejercitar el cambio en la misma.

Sintetizando lo señalado anteriormente, el enfoque *socio crítico* como propuesta teórica, aspira a que los miembros de una comunidad puedan analizar su realidad, y sobre esta base plantear alternativas para la solución de problemas concretos. Tal como lo señala Erick Torrico (1997), el enfoque socio crítico tiende a trabajar con:

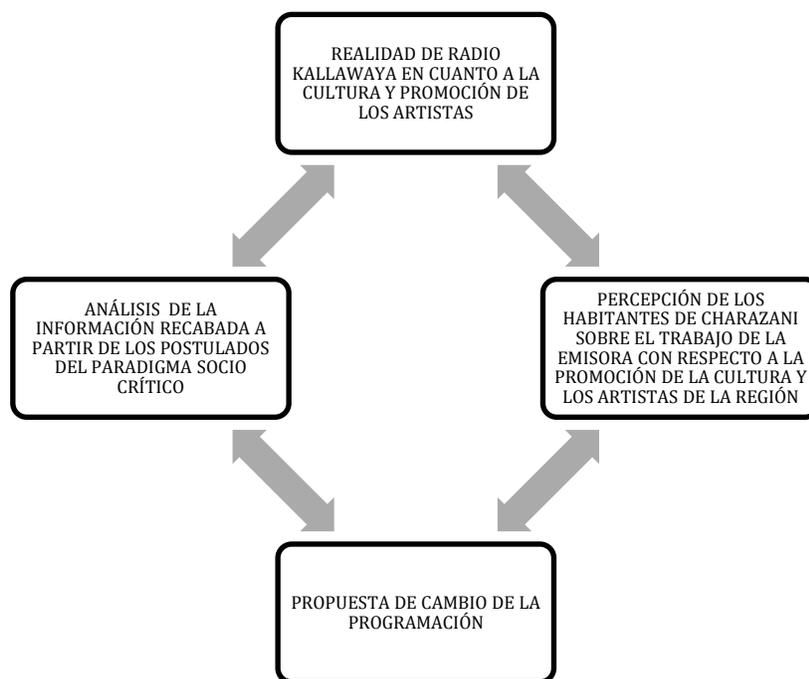
“(…) una sociedad transformadora en la interpretación del contexto económico, político, social y cultural, para promover una sociedad considerada como un todo, que involucre un cambio en la sociedad. Por otra parte la teoría crítica parte de una asunción tanto de los objetos observados como los sujetos observadores de la ciencia que están constituidos socialmente y por tanto deben ser analizados e interpretados dentro de su contexto histórico - social”.

Según Alvarado y García (2008:190):

“El paradigma socio-crítico se fundamenta en la crítica social con un marcado carácter autorreflexivo; considera que el conocimiento se construye siempre por intereses que parten de las necesidades de los grupos; pretende la autonomía racional y liberadora del ser humano; y se consigue mediante la capacitación de los sujetos para la participación y transformación social”.

Instrumentalizando lo anteriormente señalado en el presente trabajo, la propuesta metodológica sería la siguiente:

## GRÁFICO 7 INSTRUMENTALIZACIÓN DEL ENFOQUE SOCIO CRÍTICO EN EL PROYECTO INSTRUMENTALIZACIÓN DEL ENFOQUE SOCIO CRÍTICO EN EL PROYECTO



Fuente: Elaboración propia en base a la propuesta metodológica de Popkewitz

Partir siempre de Charazani y su contexto actual es fundamental para encarar una reformulación de programación en radio Kallawayaya. La aplicación práctica del paradigma socio crítico ha servido por sobre todo para centralizarse en dos puntos (que para el presente proyecto son fundamentales):

- La programación de la radio y la reivindicación de la cultura Kallawayaya
- La promoción de grupos autóctonos de la región de Charazani

### **5.2 Enfoque de la investigación**

La parte investigativa del presente proyecto se basa en la instrumentalización de los métodos cualitativo y cuantitativo. A nivel operativo, se hace necesario que se imbriquen ambas visiones, porque contribuyen al desarrollo del conocimiento. Es inevitable imbricar

las técnicas de cada uno de los enfoques metodológicos, para tener mayor certeza en los resultados obtenidos.

### **GRÁFICO 8 IMBRICACIÓN PRÁCTICA DEL MÉTODO CUALITATIVO Y CUANTITATIVO**



FUENTE: Elaboración propia

En este marco, se han desarrollado actividades que tienen que ver con la combinación práctica de ambos métodos como ser:

- 2 Encuestas de percepción sobre la programación de Radio Kallawaya
- Entrevistas a dirigentes y personalidades de Charazani respecto a la programación de Radio Kallawaya
- Observación directa para analizar la forma de trabajo en radio Kallawaya, percepción de la ciudadanía con respecto a la programación y formas de expresión cultural.
- Revisión documental
- Análisis de contenido

### **5.3 Técnicas e instrumentos**

Antes de iniciar a describir las técnicas e instrumentos de recolección de información que sustentaron la presente propuesta, se va a brindar una breve definición de lo que debe entenderse por cada una de ellas. Siendo que "la selección de técnicas e instrumentos de recolección de datos implica determinar por cuáles medios o procedimientos el investigador obtendrá la información necesaria para alcanzar los objetivos de la investigación" (HURTADO; 2000: 164).

En este contexto se puede afirmar que las técnicas:

“Son procedimientos metodológicos y sistemáticos que se encargan de operativizar e implementar los métodos de investigación y que tienen la facilidad de recoger información de manera inmediata, las técnicas son también una invención del hombre y como tal existen también tantas técnicas como problemas susceptibles de ser investigados”<sup>43</sup>.

La técnica es indispensable para llevar adelante cualquier proceso de investigación científica, valorándose el contexto en el que se realiza el trabajo, siendo que permite que se pueda sistematizar de alguna manera las actividades que regularmente se realizan, en este marco se ha enfocado a dos tipos de trabajo la utilización de las técnicas:

- La técnica enfocada a la investigación documental (sirvió para sustentar la propuesta)
  
- La técnica enfocada al trabajo de campo (sirvió para tener un contacto directo con los habitantes de Charazani y el objeto de estudio)

Por su parte, el *instrumento de investigación* es concebido desde el punto de vista de Carlos Sabino (1992: 50) como:

---

<sup>43</sup> Extraído de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/816/TECNICAS.html>, página consultada el 27/10/2018

"cualquier recurso de que pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información".

El instrumento es el medio donde se registra toda la información recolectada en el proceso de investigación. Gracias al instrumento, se puede recopilar información de distintas fuentes, es más práctico, y concreto, se relaciona con actividades puntuales que se realizaron y las herramientas que se utilizaron para tal fin.

### **5.3.1 Encuestas de percepción**

Las encuestas se realizaron en dos momentos concretos:

- Encuestas para determinar la factibilidad del trabajo
- Encuestas para determinar la percepción de la ciudadanía sobre el trabajo que realiza la radio, considerando la promoción de la cultura y la promoción de artistas de la región

Se procurado que la muestra sea representativa, que persiga potencialmente la participación de la mayoría de las personas que viven en Charazani. Se utilizó el tipo de muestreo denominado: "Muestreo Aleatorio Simple", donde todos y cada uno de los elementos que compone el universo, tienen la misma posibilidad de ser elegido en la muestra.

El universo está compuesto por 13.023 personas (según datos del INE, esa es la población de Charazani), la muestra en cada caso se compone de 80 personas, que han coadyuvado al desarrollo del trabajo. Se ha considerado Charazani y Chajaya, como los centros urbanos más importantes donde se han centrado las actividades.

Los ejes temáticos centrales del contenido de las encuestas son:

- Percepción sobre la programación actual de radio Kallawaya
- Niveles de participación de los grupos folklóricos y promoción de la música autóctona de la región en la programación
- La cultura Kallawaya y su promoción
- Predisposición para participar en los distintos espacios de radio Kallawaya para facilitar la promoción de la cultura y de los grupos de la región
- Proyección de radio Kallawaya a futuro

Los instrumentos de la realización de este trabajo fueron: los cuestionarios, cuaderno de anotaciones, bolígrafos, laptop y reportera.

### **5.3.2 Entrevistas**

Las entrevistas se han realizado considerando a personas que pudieran ayudar a comprender la problemática central que aborda este proyecto. Asimismo, se han valorado adecuadamente para fortalecer la argumentación de la propuesta final.

Las personas que se han escogido para ser entrevistadas son sobre todo dirigentes sociales y algunos vecinos. Lo ideal también hubiera sido entrevistar a algunas autoridades y encargados de la radio, sin embargo este extremo no fue posible<sup>44</sup>.

Los entrevistados son:

---

<sup>44</sup> Quizá existe una susceptibilidad por los alcances del proyecto, que pretenden proponer una solución a una de las problemáticas que afronta actualmente radio Kallawaya.

## CUADRO 5 LISTA DE ENTREVISTADOS

NOMBRE	CARGO
Virginia Carita	Ejecutiva de Mujeres Bartolina Sisa
Joaquín Laime	Ejecutivo comunal Charazani
Orlando Álvarez	Mallku central Chajaya
Seferino Quispe	Director Distrital de Educación
Macario Quispe	Ciudadano de Charazani
Petrona Mamani	Ciudadana de Charazani
Carlos Villa	Trabajador radio Kallawaya
Marco Quispe	Músico de Charazani

FUENTE: Elaboración propia

Los instrumentos que se utilizaron para la realización de las entrevistas son:

- Reportera para grabar
- Libreta de apuntes
- Par de pilas

### **5.3.3 Observación directa**

La observación es una técnica fundamental en la investigación, por su flexibilidad permite adecuar el instrumento a diferentes contextos. La observación directa ha sido de mucha importancia en el desarrollo de este proyecto, siendo que ha posibilitado se pueda obtener información de fuentes primarias y alternativas.

Se debe manifestar que muchas fuentes de información no estuvieron abiertas para que se pueda recopilar información y datos que aporten al desarrollo del presente trabajo<sup>45</sup>, por lo que se buscó las alternativas más idóneas que permitieron tener un panorama más completo acerca de la situación de radio Kallawaya, respecto al problema central que aborda el presente proyecto de grado. Trabajadores y personal de apoyo estuvieron muy reticentes a

<sup>45</sup> Como es normal en la investigación, que siempre tropieza con todo tipo de dificultades

colaborar directamente, por la susceptibilidad que tienen frente a una posible represalia que suele ocurrir en determinadas organizaciones por el tipo de información que se proporciona (en base a los requerimientos del investigador).

Para la utilización de esta herramienta, se han tenido en cuenta los siguientes aspectos:

- Establecer la situación a ser observada
- Determinar los objetivos que se persigue en ese momento
- Determinar la forma en la que se van a registrar los datos (generalmente en el cuaderno de observación)

El procedimiento de procesamiento de la información obtenida es el siguiente:

- Registro de la información
- Análisis e interpretación de la información
- Elaboración de conclusiones

El análisis e interpretación se basó en la contextualización de la realidad de Charazani, para luego procurar entender algunos fenómenos que interesan al desarrollo del presente trabajo. Una de las herramientas que se utilizaron es la *guía de observación*, que es un documento en el que se apuntó la información relevante. También se utilizaron *listas de comprobación*, que son documentos en los que se anotan una serie de hipótesis previas, que se han corroborado con la realidad misma, para confirmar o refutar algunas apreciaciones.

Entre las principales conclusiones del uso de este método, se puede resaltar lo siguiente:

#### **CUADRO 6 CATEGORÍAS DE ANÁLISIS DE LA OBSERVACIÓN DIRECTA**

<u>CATEGORÍA DE ANÁLISIS</u>	<u>HIPÓTESIS</u>	<u>RESULTADO</u>
PROGRAMACIÓN DE RADIO KALLAWAYA	LA PROGRAMACIÓN NO TIENE UNA ADECUADA PLANIFICACIÓN	A partir de la observación y análisis de la programación de radio Kallawaya, se ha llegado a

		<p>determinar que la misma no se planifica, es decir que existe bastante improvisación en su estructuración, siendo que las personas encargadas de esta tarea, no tienen una preparación adecuada al respecto.</p> <p>También se pudo corroborar que no hay espacios participativos, es de hacer notar que se tuvo que construir la programación, ya que no se ha brindado la programación de parte de los encargados.</p>
LA PARTICIPACIÓN DE LA AUDIENCIA EN LOS PROGRAMAS DE RADIO KALLAWAYA	LA POBLACIÓN NO TIENE ACCESO A LA PARTICIPACIÓN DIRECTA EN RADIO KALLAWAYA	Como se ha podido constatar, no existe participación directa de la audiencia en la programación de radio Kallawaya. Existe apertura esporádica, en programas musicales, aún así algunas personas se sienten “discriminadas” porque no se complace las exigencias de la audiencia.
DIFUSIÓN DE LA CULTURA KALLAWAYA	HAY INTERÉS EN DIFUNDIR LA CULTURA KALLAWAYA A TRAVÉS DE LA PROGRAMACIÓN DE RADIO KALLAWAYA	Esta hipótesis ha sido totalmente desvirtuada, siendo que no hay espacios radiofónicos específicos que procuren reivindicar la cultura Kallawaya. Existen influencias foráneas que perturban la difusión de espacios culturales que reflejen la cultura y costumbres de Charazani.
PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA MÚSICA AUTÓCTONA DE LA REGIÓN	LA EMISORA PROMOCIONA LA MÚSICA DE LA REGIÓN	En el análisis de contenidos, se ha podido evidenciar de que no se promociona adecuadamente la música de la región, no existen espacios en los que se pueda

		promocionar adecuadamente el trabajo artístico de los artistas de Charazani
--	--	---

Fuente: Elaboración propia

A partir de la observación directa, como técnica de investigación, se ha podido hacer el relevamiento de información importante, que ha permitido determinar la existencia de una serie de fenómenos que ocurren en radio Kallawaya, y que han permitido que se pueda realizar el diseño de la presente propuesta comunicacional. Los instrumentos que se utilizaron son:

- Cuaderno de observación
- Reportera
- Batería
- Diario de campo

#### **5.3.4 Revisión documental**

Para iniciar el proceso de construcción del presente proyecto, se ha recurrido a la investigación documental como una fuente informativa fundamental. La revisión documental ha permitido la obtención de información relevante, sobre todo, en lo que respecta a la cultura de Charazani.

La revisión documental se basó en la búsqueda de información de diferentes fuentes para conocer sobre todo el contexto de Charazani. Asimismo, algunos antecedentes de radio Kallawaya. Uno de los documentos base en la argumentación del contexto de radio Kallawaya fue el *Plan de Desarrollo Municipal*, que sintetiza la información esencial de Charazani, cabe hacer notar que éste documento sigue utilizando alguna información de hace más de diez años, que ha sido copiada de anteriores documentos similares, los funcionarios municipales aducen que *no hay presupuesto para hacer un nuevo estudio en profundidad*.

También la revisión documental se ha centrado en la procura de insumos teóricos y conceptuales para dar solidez al trabajo.

Los instrumentos para el trabajo de revisión documental fueron:

- Cuaderno de anotaciones
- Fotocopias
- Cámara fotográfica
- Baterías

### **5.3.5 Audiografía**

La audiografía es una técnica que se utiliza para recopilar información de archivos de audio o producciones radiofónicas. Sirve para realizar un análisis de contenido. Para el presente trabajo, la técnica se basó en la audición y seguimiento de la programación de radio Kallawaya, para luego clasificar los diversos contenidos en función a dos criterios, conforme los objetivos del proyecto:

- Primer criterio: Análisis de contenidos para clasificarlos, de forma tal que se pueda realizar una reflexión posterior sobre los mismos, a partir del establecimiento de categorías.
- Segundo criterio: Análisis de contenidos en función al análisis de la promoción y difusión de la cultura Kallawaya en la emisora de radio.

## **VI. ENFOQUE TEÓRICO-CONCEPTUAL**

### **6.1 Comunicación participativa**

Hablar de comunicación participativa requiere que el *comunicador social pueda cambiar su forma de pensar*, tal como lo ha planteado Jan Servaes<sup>46</sup>. Implementar espacios participativos es algo urgente, siendo que los medios se han alejado bastante de la audiencia, proponiendo (especialmente en radiodifusión) programación diseñada verticalmente.

La comunicación participativa busca que el receptor del mensaje pueda tener un nuevo tipo de experiencia comunicacional. Como señala Carlos Del Valle (2007:19), se pasa:

- De la lógica vertical a la horizontal
- De los productos a procesos
- De las propuestas a corto plazo a las de largo plazo
- De las dinámicas individuales a las colectivas
- De las condiciones de las entidades que financian a las necesidades de las comunidades
- De acceso a la participación
- De la instrucción difusional a la educación comunicacional

La comunicación participativa como paradigma, encierra una serie de aspectos vinculados a la procura de la *democratización de la comunicación* en diferentes espacios. A este respecto, se han desarrollado dos enfoques que han sido reconocidos por diferentes autores:

- Primero está el enfoque de *pedagogía diagonal* de Pablo Freire.
- Segundo los planteamientos de la UNESCO de los años 70 sobre gestión y autogestión (además de la crítica a los medios masivos por su verticalidad en el manejo de los contenidos).

---

<sup>46</sup> Extraído de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3671275.pdf>, página consultada el 02/03/2019

A partir de la realización del diseño de este proyecto, se ha llegado a determinar la importancia para que pueda llegar a ser *ampliamente participativo*. Es necesario entonces adoptar alguno de los enfoques antes señalados, para que sirvan en la guía del proceso (considerando que se debe pasar de lo *difusivo* a lo *participativo* en la programación de radio Kallaway). En este contexto, se ha optado por el énfasis en los planteamientos de Pablo Freire, porque reivindica a las personas, al ser humano en general, considerándolo como algo esencial en la generación de procesos comunicativos:

“Este no es el privilegio de unos cuantos hombres, sino que es el derecho de cada hombre y mujer. Como consecuencia, nadie puede decir solo una palabra verdadera –y tampoco la puede decir en nombre de otro, por medio de un acto prescriptivo que le robe a los demás sus palabras” (FREIRE, 1969: 22).

Interpretando lo expresado por Freire, aplicado a la radiodifusión, es necesario devolver la palabra de manera directa a las personas, para que estas puedan *expresarse libremente*. En la misma línea de pensamiento, Alfonso Gumucio Dargon (2001: 38) señala que los ejes centrales de la comunicación participativa se relacionan con:

“su capacidad de involucrar a los sujetos humanos del cambio social en el proceso de comunicar”.

Es decir, que el proceso de comunicación participativa no puede llevarse adelante si no existe participación directa de los involucrados en un proyecto. En este sentido, se ha podido identificar dos dimensiones fundamentalmente vinculadas a la teoría de la comunicación participativa, considerando los postulados de Pablo Freire:

- Comunicación para el desarrollo
- Comunicación para el cambio social

La *comunicación para el cambio social*, se enfoca en la generación de condiciones adecuadas para *la transformación social*, a partir de *las personas*. En este marco, Pablo Freire reconoce que se tiene que estimular el trabajo grupal, para lograr un cierto grado de

reflexión conjunta entre los miembros de una comunidad. Esa sería la base para la elaboración de un diseño.

Estos postulados se aplican perfectamente a los objetivos del presente proyecto, siendo que para la reformulación de la programación de radio Kallawayá es necesaria la participación activa y directa de los habitantes de Charazani.

### **6.1.1 La radio, su surgimiento, expansión e importancia**

Definir a la radio como medio masivo de comunicación no resulta muchas veces una tarea fácil, debido a la gran cantidad de significados y alcance que tiene esa palabra. A lo largo de los años *radio*, en tanto significado, ha adquirido una serie de connotaciones, porque el concepto puede ser concebido desde distintos puntos de vista, dada la creciente importancia que ha adquirido el medio desde su aparición.

Una aproximación conceptual, sería aquella que define a la *radio* como un canal sonoro *de información a distancia* dirigido a una audiencia amplia, diversa, desconocida y dispersa.

Otros autores, desde otra perspectiva, consideran al medio radiofónico como: “Un sistema de comunicación que se propaga por el espacio a través de las ondas electromagnéticas” (Ministerio de Educación, Política Social y Deporte de España, 2011).

Las experiencias comunicación radiofónica han dejado demostrado que no se puede hablar de la radio como un sistema de transmisión simplemente, sino que hay que concebirlo como un potencial *vehículo de información y comunicación*, capaz de incidir positiva o negativamente en la audiencia.

La radio, es uno de los medios masivos más importantes en la actualidad, sobre todo en sociedades como la nuestra, donde prevalece la cultura de la oralidad, por tanto tiene un impacto importante en regiones alejadas a los centros urbanos, donde es el único canal informativo y de comunicación disponible y al alcance de las grandes grupos humanos.

Para contextualizar adecuadamente el concepto de radio, es necesario iniciar una mirada rápida sobre la historia del medio en el mundo. Habrá que señalar en principio que se coincide con el criterio de Iván Tenorio respecto al surgimiento de la radiodifusión:

“Resulta difícil adjudicar la paternidad a un solo hombre de muchos de los grandes inventos de la humanidad, por la complejidad técnica de su nacimiento y por la cantidad de elementos que intervienen en el proceso del mismo. Este es el caso de la radio” (TENORIO; 2008: 26).

Se dice que la radio aparece a finales del siglo XIX, cuando el italiano Guillermo Marconi descubre:

“(...) la primera comunicación inalámbrica un 14 de mayo de 1897 entre las poblaciones de Laverck Point y la isla Fratholm en el canal de Bristol que se hallan separadas por una distancia de unos 5 kilómetros (...)”<sup>47</sup>.

A esta naciente *ola de experimentaciones* de comunicación entre dos puntos distantes, le siguieron una gran cantidad de avances tecnológicos, y por sobre todo ensayos prácticos, que de manera gradual y paulatina fueron mejorando la calidad de las comunicaciones a nivel global. De esta manera se consolida la radio como un mecanismo de envío de mensajes y conexión a gran distancia.

Históricamente, se conoce que en sus primeros años, el uso de *radiotelegrafía* (así se denominaban las primeras formas de transmisión), fue exclusivamente de uso militar y de seguridad para embarcaciones (que por falta de asistencia en caso de emergencia a veces naufragaban). El invento fue evolucionando de manera progresiva, para luego dar paso al surgimiento de la *radiodifusión* como una verdadera alternativa informativa, que desde el primer momento de su implementación masiva había competido con la prensa.

---

<sup>47</sup> Extraído de: <http://www.monografias.com/trabajos36/humor-en-radio/humor-en-radio2.shtml>, página consultada el 20/05/2017

En este contexto, la radio fue consolidándose como un medio con sus propias características. En 1910 aparecen los primeros espacios programáticos para la emisión radiofónica, difundiendo música e información (el formato naciente del medio es el “radio periódico”).

A partir de 1920, la radio se expande a Europa y la totalidad de las ciudades grandes de los Estados Unidos. Posteriormente, se propaga a lo largo del planeta y se concibe la idea de transmisión en cadena para cubrir las necesidades informativas de países o regiones extensas, así surgen medios grandes como la BBC de Londres.

El mayor auge que logró la radio fue en las décadas de los años 40 y 50, debido a la masiva adquisición de aparatos receptores (que habían rebajado en su costo haciéndolos accesibles) en los hogares de varios países en el mundo. En Latinoamérica, se tiene una situación muy particular, los nacientes medios tenían auspicio de los gobiernos para proveerse de equipamiento técnico de transmisión, para que de esta manera se pueda lograr que la radiodifusión se expanda más rápidamente, siendo que la *inmediatez* de la radio ayuda a que los mensajes lleguen con mayor efectividad a lugares lejanos. La radio en este periodo ayuda a que los estados puedan *sentar soberanía en lugares distantes*<sup>48</sup>.

La radiodifusión extiende su alcance y cobertura con la incorporación en su tecnología del transistor, que había permitido la portabilidad de los receptores. Las emisoras llegan a lugares lejanos donde era casi imposible pensar en ofrecer los servicios de un medio de comunicación. Posteriormente con la implementación de la Frecuencia Modulada, la situación es mucho más favorable para la masificación del medio, la calidad en sonido se optimiza.

Esta naturaleza masiva de los mensajes radiales posibilita pensar en significativas variaciones en los contenidos y la producción, siendo que su influencia era cada vez más evidente en el entorno de grupos sociales:

---

<sup>48</sup> En Bolivia particularmente, la radio fue utilizada como herramienta de la defensa nacional en el conflicto del Chaco, cuando Radio Illimani, difundía mensajes en clave para las tropas nacionales que se encontraban en el centro de operaciones.

“De ser medio de transmisión deviene espacio de compleja interacción entre emisores y receptores, entre medios (instituciones) y públicos. Esa interacción es diálogo entre propuestas y gustos, propuestas y necesidades pero también confrontación, negociación. Consecuentemente, la radio se convierte en espacio clave (como los restantes medios masivos) para la constitución de identidades individuales y colectivas a través del juego de múltiples interpretaciones.” (Mata; 2007: 23)

Mediante mensajes sonoros, la radio no solo informa y entretiene, sino que también mira la realidad desde perspectivas y ángulos propios que quizá otros medios no habían desarrollado en profundidad en su accionar cotidiano. Las llamadas *radios educativas y comunitarias* irrumpen en medio de un mundo cambiante y vertiginoso como el que conocemos actualmente, donde a partir de fenómenos mundiales como el de la *globalización* (que afectan a la cultura y las costumbres) logran posicionarse como una verdadera alternativa comunicacional.

Los medios radiales educativos y alternativos se han convertido en espacios sumamente importantes, desde donde se difunden mensajes que ayudan a la construcción de identidades socioculturales, “a través de ese binomio inseparable sociedad-radio”<sup>49</sup>. Existe en este sentido una preocupación creciente para que se llegue a la *democratización de la palabra*, dadas las condiciones en las que trabajan los medios tradicionales, con una estructura de funcionamiento vertical.

Merayo Pérez al respecto dice que la radio a través de mensajes sonoros,

... crea, recrea y reproduce la realidad desde perspectivas muy diferentes: en unos casos políticas, otras veces comerciales, religiosas en ocasiones y -por qué no- también educativas. En estos momentos, cuando apenas acabamos de estrenar la era de la información, cuando los medios y la sociedad misma están cambiando vertiginosamente sin que nadie pueda predecir las consecuencias sociales de estas transformaciones, hablar de radio educativa no puede convertirse en un discurso en desuso sino, al contrario, en un reto que es preciso replantear (Merayo Pérez, 2000, p. 2).

Entonces, se puede concluir que la radio es un medio que tiene todavía bastante vigencia, que influye en diferentes sectores de la sociedad (sobre todo los populares). Lo que se reclama en la actualidad, es que el medio radiofónico pueda reinventarse, fortalecerse y

<sup>49</sup> Extraído de: [http://radiopare.blogspot.com/2009\\_12\\_01\\_archive.html](http://radiopare.blogspot.com/2009_12_01_archive.html), página consultada el 05/02/2018

afrontar con efectividad los retos que le plantea la realidad actual, considerando que existe una variedad muy grande de medios masivos.

### **6.1.2 La radio comunitaria**

Habría que comenzar el análisis relacionado a las emisoras comunitarias, a partir de una breve reflexión de María Reyero Fernández:

“...En general, las radios comunitarias son emisoras que, no sólo se encuentran ubicadas en comunidades (rurales o urbanas), sino que son propiedad de las mismas, y son ellas que las manejan y gestionan, al servicio de toda la población”<sup>50</sup>.

En esencia:

“La radio comunitaria es un medio de comunicación sin fines de lucro, que pertenece a una comunidad concreta que lo administra (...) Su propósito es servir a los intereses de la misma. Se trata de una forma de servicio público que se enfoca en un grupo concreto, no así a la sociedad en general principalmente”<sup>51</sup>.

Es decir que el tipo de mensaje y contenidos serán priorizados, en función a los intereses que tenga una determinada comunidad, que puede ser definida como:

“...un conjunto de personas que tienen cualidades comunes (...) la comunidad es un conjunto de personas, una población. Este agregado de población debe habitar un territorio continuo y poseer conciencia de unidad (...) La conciencia de unidad surge cuando los individuos tienen una historia que reconocen como suya y de la que se sienten orgullosos. Deben tener, además, instituciones de servicio público capaces de satisfacer sus necesidades humanas fundamentales, para asegurar la persistencia del grupo y tendrán capacidad para actuar juntos en la solución de las crisis periódicas de la vida y otros problemas que involucren el bienestar colectivo...” (DOBLES, 1983: 49).

<sup>50</sup>Extraído de: <https://www.cesag.org/ghcs/tempsdecomunicar/?p=318>, página consultada el 20/09/2017

<sup>51</sup>Extraído de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001245/124595f.pdf>, material traducido de francés a español, página consultada el 02/07/2017

Considerando las conclusiones sobre la evolución de la radio elaboradas por Peter M. Lewis (1992: 32), se puede afirmar que la radio comunitaria ha sido un instrumento de comunicación no reciente, sino que forma parte de la historia de la radio: “A partir de la creación de la primera emisora, denominada KDKA, en Pittsburg, Estados Unidos, en 1920, la radio configuró tres líneas básicas de evolución: comercial, pública y comunitaria”.

La radio comunitaria, puede llegar a tener una serie de denominaciones, siendo que existe una diversidad de criterios para su conceptualización. Como señala la organización “radialist@s”, en un estudio sobre la situación de la radio comunitaria en el mundo: “Cualquier análisis de la radio comunitaria debe tener en cuenta el entorno social y político en el que se desenvuelve. Ello resulta particularmente importante a la hora de comparar y contraponer modelos de varias regiones”<sup>52</sup>. Es decir, que para hacer una conceptualización adecuada de lo que deba entenderse por radio comunitaria, se deben tener en cuenta varios aspectos como: tipo de propiedad, localización, alcance, forma de financiamiento, entre otros criterios.

“Se entiende por radiodifusión sonora comunitaria cuando la programación de una emisora está orientada a generar espacios de expresión, información, educación, comunicación, promoción cultural, formación, debate y concertación que conduzcan al encuentro entre las diferentes identidades sociales y expresiones culturales de la comunidad, dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana y, en especial, a la promoción de la democracia, la participación y los derechos fundamentales...”<sup>53</sup>.

Para José Ignacio López Vigil (1997:331-332), la radio comunitaria debe tener ciertas condiciones para ser considerada como tal:

“Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se

<sup>52</sup>Extraído de: <http://comunica.org/apasionados/pdf/capitulo1.pdf>, página consultada el 03/09/2017

<sup>53</sup>Extraído de: <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-2300.html>, el día 01/09/2017

estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminación ni censuras, ésta es una radio comunitaria”.

Para Gabriela Alexandra Valencia Ramox<sup>54</sup>:

“La radio comunitaria es definida a partir de tres aspectos que la caracterizan: la comunidad es la propietaria y tiene el control sobre la propiedad, es una actividad con fines no lucrativos, y está caracterizada por la participación de la comunidad”.

AMARC África (1998) como organización que reúne a varias emisoras populares y comunitarias, hace varios años había procurado una definición de *radio comunitaria*:

“Históricamente la filosofía de la radio comunitaria es la de permitir expresarse a los que no tienen voz, de servir de portavoz de los oprimidos (se trate de una opresión racista, sexista o de clase social) y, en general, de ofrecer una herramienta para el desarrollo (...) La radio comunitaria es definida a partir de tres aspectos que la caracterizan: se trata de una actividad con fines no lucrativos, la comunidad tiene el control sobre la propiedad y está caracterizada por la participación de la comunidad (...) Es necesario que sea claro que el objetivo de la radio comunitaria no es el de hacer algo por la comunidad, es, más bien, el de dar una oportunidad a la comunidad para que haga algo por ella misma, como por ejemplo, poseer el control de su propio medio de comunicación”.

La radio comunitaria tiene una importancia muy grande en algunos países, siendo que en muchos casos se ha constituido en una herramienta indispensable para canalizar la libre expresión y el desarrollo de las comunidades. Las personas llegan a identificarse con el discurso que tienen estos medios, por el alto nivel de utilización de la empatía y uso del lenguaje. Muchos gobiernos le han dado ciertos enfoques, siendo que sus particularidades están determinadas por su contexto, sin embargo vamos a recapitular el criterio del gobierno de Colombia al respecto:

---

<sup>54</sup>Extraído de: [http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/3907/1/UDLA-EC-TPE-2007-04\(S\).pdf](http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/3907/1/UDLA-EC-TPE-2007-04(S).pdf), página consultada el 03/09/2017

“...Cuando se utiliza el término radio comunitaria se hace referencia a una forma particular de realizar contenidos para el formato radial. En teoría, la programación de una emisora comunitaria está constituida por series de programas educativos, enfocados en la divulgación de conocimientos básicos, de utilidad para los habitantes de una comunidad, y como apoyo a las falencias de los sistemas educativos más comunes”<sup>55</sup>.

## **6.2 Comunicación alternativa**

La palabra comunicación viene del latín *comunis*, un término que ha sido interpretado como: *poner en común*. Cuando se lleva adelante el *acto comunicativo* se tiene que realizar necesariamente el intercambio de mensajes por medio de elementos del proceso interdependientes. Desde la antigüedad, los pensadores y las personas en general han discutido bastante sobre el significado e importancia de la comunicación, es que el ser humano es sociable por naturaleza, por lo que tiene una marcada necesidad de comunicarse.

Sin embargo, la preocupación central de los expertos siempre se ha centrado en el *proceso de comunicación*, tanto el emisor, como el receptor deben estar en las mismas condiciones para que exista retroalimentación.

“La comunicación entre seres humanos es -en el sentido de Max Weber- una forma de acción social” (SULLIVAN; 1996: 26) que debe tener una forma de cimentación muy particular, donde hay que considerar una serie de variables que van desde el uso del lenguaje, hasta factores eminentemente de orden cultural.

La comunicación concebida como un proceso, implica necesariamente una intención activa que posibilite “la producción de efectos cognitivos y relacionales” (CANEDO; 2008: 2), los cuales se materializan en la *retroalimentación*, que no es otra cosa que la respuesta que manifiesta el receptor del mensaje ante un determinado estímulo a nivel comunicacional.

---

<sup>55</sup>Extraído de: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per75.htm>, página consultada el 04/09/2017

Las experiencias, en tanto procesos de comunicación, son variadas, generalmente prima como icónico en este sentido el modelo de “comunicación interpersonal”; sin embargo, este tipo de comunicación simplemente es parte de lo que ocurre en la realidad actual, siendo que existe la posibilidad de utilizar como herramienta comunicativa a los *medios masivos alternativos*<sup>56</sup> basados en el uso intensivo de las tecnologías de la información y comunicación, que ofrecen posibilidades bastante interesantes para entablar mecanismos tecnológicos que ayuden a que se lleve adelante un *proceso de comunicación* virtual a gran distancia, donde ya no es preciso el encuentro directo.

La comunicación, ha sido definida también como *un proceso dinámico* que se establece entre dos o más personas, quienes mediante una interacción instauran un contacto. Una de las condiciones esenciales para que exista comunicación es lograr un entendimiento recíproco (con la utilización de un código en común). La comunicación se desenvuelve en situaciones de diálogo fundamentalmente, pero sin descartar las nuevas experiencias que se podrían implementar a partir de las nuevas realidades que surgen sobre todo a partir de la utilización de las tecnologías actuales como se había mencionado antes.

Desde otra perspectiva, Rafael Quintana Orozco, señala que la comunicación: “es la utilización de un código específico para la transmisión de un mensaje o bien de una determinada experiencia en unidades semánticas con el objeto de permitir a los hombres relacionarse entre sí” (2010: 23). Lo que resalta este autor es el *código* y la forma en la que se construye el mensaje, que a la hora de verificar el impacto y efectividad, resulta ser fundamental: el compartimiento del sentido de significación permite canalizar la comunicación, para que el circuito de comunicación pueda establecerse.

Como se ha podido apreciar, la comunicación esencialmente se constituye en un proceso complejo, dado que se trata de lograr la mayor interacción posible entre el emisor y el

---

<sup>56</sup> Esta sería una nueva categoría de medio de comunicación, considerando las características que tienen las tecnologías actuales, que se constituyen en canales de comunicación de los mensajes.

receptor. Sin embargo, es preciso hacer una aclaración, nada garantiza que el mensaje llegue al receptor con *efectividad absoluta*. Esto se debe a que el receptor siempre está expuesto a una cantidad limitada de mensajes, siendo que existen también muchos emisores y medios al alcance en un momento determinado.

La comunicación es un componente importante en los procesos de planificación, independientemente de la naturaleza y los objetivos que se hubieran considerado; es ineludible tomarla en cuenta porque la comunicación es en gran medida la responsable que facilita la conquista de resultados del proceso.

La clasificación de los niveles en que se puede establecer comunicación son los siguientes:

- Comunicación intrapersonal
- Comunicación interpersonal
- Comunicación grupal
- Comunicación masiva

En el estudio de la comunicación masiva, se han identificado una serie de enfoques teóricos, pero el que interesa revisar para los fines del presente trabajo es aquel que considera la división de los medios entre: alternativos y tradicionales.

## GRÁFICO 9 MEDIOS ALTERNATIVOS Y TRADICIONALES



Fuente: Elaboración propia

Ambas *miradas acerca del rol de la comunicación en la sociedad* tienen diferentes formas de interpretación de la realidad. Por un lado, los medios tradicionales son verticales, no ofrecen la posibilidad de retroalimentación. Se centran en *lo mercantil* y en la *obtención de ganancias*, ven a la audiencia como un objeto<sup>57</sup>.

Más por el contrario, la *comunicación alternativa* tiene otros principios que se basan en la horizontalidad, búsqueda de participación, no persiguen objetivos mercantiles y la audiencia es central y activa a lo largo de la producción de programas.

Considerando la naturaleza de Radio Kallawaya, se hace preciso aplicar la comunicación alternativa como una vertiente teórica, que en tanto sus principios, puede ayudar a alcanzar los objetivos que se ha propuesto el presente proyecto.

Una primera aproximación de lo que debería entenderse por *comunicación alternativa*, se relaciona con los contenidos, que teóricamente deben contraponerse a los que ofrecen los

<sup>57</sup> Tanto así, que se había llegado a denominar a este tipo de comunicación como: “comunicación de masas”.

medios tradicionales. Es decir que la programación de una emisora *alternativa* en esencia, no debería seguir los mismos esquemas y modelos que ofrece un medio *tradicional*. Estos principios se desprenden de experiencias en diferentes partes del mundo, por lo menos esto se desprende de las investigaciones que se han desarrollado hace bastante tiempo por personalidades en el ámbito de la comunicación como Luis Ramiro Beltrán, Díaz Bordenave, Pablo Freire o Mario Kaplún.

En los últimos años se han vigorizado algunas experiencias comunicacionales que priorizan los contenidos alternativos, a partir de la implementación de una serie de canales de comunicación distintos a los tradicionales, que surgen a partir de la incursión de nuevas tecnologías en el mundo de los medios masivos (páginas web, blogs, medios online, etc.). El común denominador de esta nueva etapa de desarrollo histórico de los medios alternativos es *la participación y la inclusión*<sup>58</sup>. Ello ha vigorizado las formas en las cuales se puede practicar la comunicación alternativa.

Por otro lado, procurar delimitar el campo de acción de la comunicación alternativa en la actualidad, no resulta ser una tarea del todo fácil, por la cantidad de implicaciones y tejidos que se han ido construyendo a lo largo de las últimas décadas a nivel conceptual, teórico y práctico. Muchos medios optan por ofrecer a la audiencia *contenidos híbridos*, siendo que a la par de ser alternativos, ofrecen espacios propios de los medios tradicionales. De igual manera, se debe señalar que miles de emisoras procuran contar con auspiciadores que auxilien económicamente con publicidad, siendo que es muy complejo el panorama para las pequeñas empresas radiofónicas que no son parte de grupos empresariales, y que en definitiva sobreviven simplemente.

Por su lado, es bueno recordar que los medios alternativos, en muchos lugares del mundo históricamente fueron contestatarios a los grupos dominantes y de poder, por lo que han recibido diferentes niveles de censura.

“La comunicación alternativa es un instrumento de lucha popular contra el poder, de ahí que una de las diferencias fundamentales entre la teoría de la comunicación alternativa y la teoría de la

---

<sup>58</sup> Inclusión de aquellos grupos marginados por la comunicación masiva.

comunicación dominante debe encontrarse en el área de la teoría del emisor y en las condiciones de producción del significado” (VIDAL; 1979: 78).

Para Máximo Simpson Grinberg (1981: 34):

“(…) hay que entender la Comunicación Alternativa como una práctica multidimensional, esencialmente antimonopólica, que promueve un cambio radical de las relaciones comunicacionales, alterando el statu quo de los sistemas de propiedad, control, elaboración y difusión de mensajes sigue plenamente vigente (…)”.

Según Larisa Kejval<sup>59</sup>, se tiene que considerar que el modelo de comunicación alternativa aplicado a una situación concreta depende del contexto:

“(…) La comunicación popular, comunitaria o alternativa siempre es contextual, no es un modelo, es muy difícil comprender o acercarnos a este tipo de experiencias al margen de los territorios o sin comprender a las comunidades donde se insertan o desarrollan”.

Considerando lo anteriormente señalado, y enmarcándolo en los objetivos de este proyecto de grado, lo primero será analizar la realidad donde se va a implementar el proyecto comunicacional alternativo, para ir adecuando una serie de herramientas comunicacionales, de forma tal, que el mensaje llegue de manera efectiva. La audiencia en todo momento es *activa y determinante*, define los contenidos.

### **6.3 Planificación de la comunicación**

Cuando se hace referencia a la *planificación de la comunicación*, Francisco Javier Garrido (2000: 80) supone que se reseña a la *comunicación estratégica* enfocada a un fin concreto. A partir de este enfoque, el autor resalta: “la importancia que tiene está en lo concerniente a la creación de proyectos y objetivos comunicacionales desde una perspectiva de movilidad y capacidad de acción”.

---

<sup>59</sup> Extraído de: <http://archivo.defensadelpublico.gob.ar/es/medios-comunicacion-comunitaria-populares-y-alternativos-presentes-diplomatura>, página consultada el 09/03/2018

En planificación, el ser estratégicos siempre resulta ser un plus cuando se proyectan actividades enmarcadas en un conjunto de acciones que forman parte del proyecto comunicacional.

La planificación en general ha tenido una serie de conceptualizaciones, pero es necesario concebirla como *un instrumento de gestión estatal u organizacional* que permite el acogimiento de un sistema de adopción de providencias concernientes al futuro (a corto, mediano y largo plazo), define principios, medios de realización, responsables, etc.

Mónica María Lopera hace una reflexión sobre el significado de la palabra planificación:

“La planificación no tiene un único significado. Algunas posturas la consideran un proceso político y social, pero otras la entienden como un conjunto de procesos técnicos que imprimen sistematicidad a la toma de decisiones en el ámbito del desarrollo general, sectorial u organizacional”.

Para Ramírez (2013: 45):

“La planificación se concibe como un conjunto de acciones lógicas que conducirán a un resultado (...) La planificación ayuda para guiar sistemáticamente a la acción”.

La UNICEF (2006:119) la conceptualiza de la siguiente manera:

“La planificación es la posibilidad de intervenir, decidir y actuar sobre una realidad, un problema o una situación, para producir un cambio hacia otra situación deseada”.

Planificación para Daniel Prieto Castillo (1998:72):

“significa trazar un plan a partir de (...) tiempos, recursos, actividades. Aquí se distribuyen responsabilidades, según capacidades y disponibilidad de tiempo; se asignan tareas”.

La planificación entonces es un proceso que radica en la individualización de una necesidad fundamentalmente, para luego identificar la forma más adecuada de satisfacer la misma. La planificación también es un proceso integral, tiene que ver con el planteamiento de

objetivos, actividades, acciones y recursos necesarios, con el fin de hacer cambios a una determinada realidad en la que se está llevando adelante el proceso.

Según el modo de prioridades establecido por el equipo de trabajo<sup>60</sup>, la planificación permite escoger entre varias posibles alternativas las menos riesgosas (existen varios caminos para llegar a un mismo fin); la prioridad se considera en función al contexto y las condiciones tanto internas como externas a nivel organizacional o institucional. La planificación en este sentido involucra un proceso consciente de estudio y la posterior selección del mejor curso de operación a seguir, frente a una diversidad de alternativas posibles y realizables de acuerdo a los recursos disponibles.

Para planificar, el comunicador debe escudriñar en un futuro caracterizado por la incertidumbre, a fin de lograr un conocimiento o una visión lo más aproximada posible de lo que sucederá, para luego definir los planes de acción que sean necesarios para alcanzar los resultados que se desean.

Haciendo una mirada retrospectiva al respecto, se debe mencionar que desde tiempos inmemoriales la planificación ha formado parte de las actividades que realizan los seres humanos. Siempre ha existido la preocupación por ordenar las acciones para reducir la “incertidumbre frente a la improvisación” (RAMÍREZ; 2013; 7), por eso un principio elemental de la planificación es ciertamente aquel que toma la previsión en cuanto a la ordenación de las actividades que se llevarán adelante en el futuro.

En la actual coyuntura, dinamizada por el proceso de globalización (entre otras cosas), la planificación es una actividad que está presente casi en todas las esferas de la realidad. Considerando que la planificación es la previsión de acciones que van desde lo personal, hasta actividades macro institucionales. Varias organizaciones están fusionando la comunicación como elemento transversal a todo el conjunto de sus actividades por la creciente importancia que tiene la misma.

---

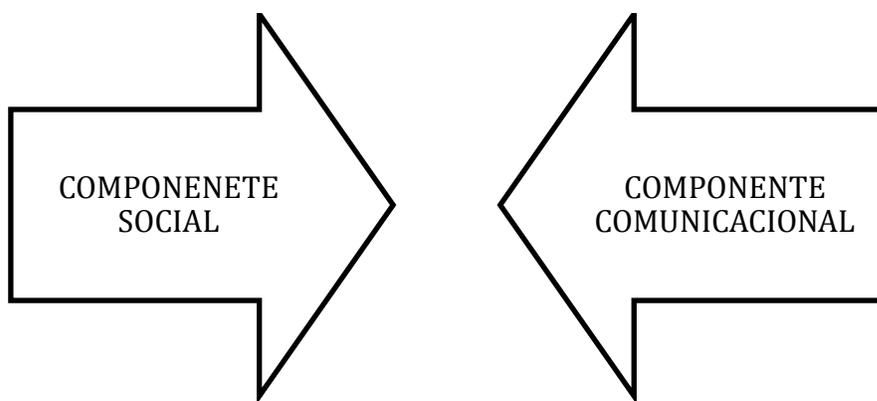
<sup>60</sup> Para un nivel organizativo, es imposible que una sola persona pueda diseñar y llevar adelante todo el proceso de planificación.

Los entendidos en la materia señalan que para planificar se deben tener nociones teóricas muy profundas para combinarlas con la experiencia de los ejecutores. “Una planificación bien diseñada puede establecer el marco de una política de comunicación más eficaz” (LIBAERT; 2000: 17).

La planificación, en tanto es una herramienta de trabajo, se debe adecuar a las diferentes disciplinas del conocimiento humano. Así en materia de comunicación concretamente se puede hablar de: “planificación de la comunicación”, independientemente del enfoque que se le brinde al proceso.

Por su propia naturaleza, la planificación de la comunicación se relaciona con la participación de una serie de actores sociales que siempre se involucran (directa o indirectamente) en todo tipo de procesos de diversa naturaleza. Existe una suerte de sinergia entre el *componente social y comunicacional* (el fin de cualquier tipo de proyecto es siempre de contenido social).

#### **GRÁFICO 10 NATURALEZA DE LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN**



FUENTE: Elaboración propia

Un proyecto comunicacional depende del enfoque que se hubiera dado al problema, para identificarlo se tienen que utilizar los métodos adecuados que permitan elaborar de manera idónea el árbol de problemas y de objetivos, de ahí iniciar todo el diseño que implica llevar adelante un proceso de estas características.

Parafraseando el texto de UNICEF (2006) “Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo”: la planificación en un proyecto de comunicación para desarrollo, es la posibilidad de intervenir, decidir y actuar sobre una realidad, un problema o una situación, para producir un cambio hacia otra situación deseada, en un corto, mediano y largo plazo.

Acerca de la temporalidad de la planificación hay diferentes criterios, pero asumimos el que plantea León Macleod citado por Pablo Navajo Gómez (2009: 24), en el entendido que existen tres tipos de planificación:

- “Corto plazo: Normalmente un año o menos. Suele ser el periodo de proyectos o de planes operativos”.
- “Mediano plazo: De tres a cinco años. Es usado para proyectar tendencias y resultados esperados”.
- “Largo plazo: Diez años o más. Para planificaciones de este espacio temporal se asume un ambiente externo relativamente estable”.

La jerarquía básica en la planificación que muchos autores han procurado determinar es la siguiente:

- PLANES
- PROGRAMAS
- PROYECTOS

En el presente trabajo se ha adoptado la metodología propuesta por UNICEF en su texto: “Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo” (2006: 13) que comprende las siguientes etapas:

**Etapa 1. Diagnóstico**

- Relevar información
- Definir el problema

**Etapa 2. Diseño**

- Formular objetivos

- Definir los beneficiarios
- Definir los resultados esperados
- Diseñar las actividades

### **Validación Lógica**

#### **Etapa 3. Plan de acción**

- Planificar las actividades
- Hacer el cronograma
- Elaborar el presupuesto
- Definir los criterios de evaluación

## **6.4 Reingeniería de la programación**

La reingeniería es un término utilizado por sobre todo cuando se plantea generar una revisión fundamental y el rediseño de procedimientos dentro de una institución u organización. “La reingeniería es comenzar de cero, es un cambio de todo o nada, además ordena la empresa alrededor de procesos”<sup>61</sup>. Reingeniería entonces es: “la revisión de estos procesos, a fin de hacerlos mucho más efectivos, es hacer más con menos recursos” (PEPPARD, Y ROWLAND; 1998: 89), optimizando al máximo lo que se tiene.

“A Michel Hammer se le atribuye la creación del término reingeniería y la define como el cambio fundamental para llegar a la base de los problemas de la organización; un cambio radical que debe ocurrir para poder obtener los resultados espectaculares que la reingeniería promueve por medio del estudio de los nuevos procesos productivos que harán de la organización más productiva, se pasa de una etapa de especialización a una de generalización, en la cual el servicio puede ser realizado por una sola persona” (HAMMER; 1994: 45-46).

La reingeniería se centra en la procura de cambios “profundos”<sup>62</sup> en el funcionamiento y gestión de una institución a partir de la identificación de problemas puntuales. El proceso engloba la modificación de una serie de actividades de manera generalizada.

<sup>61</sup> Extraído de: <http://reingenieriaucv2007.blogspot.com/2007/10/qu-es-reingeniera.html>, página consultada el 01/02/2017

<sup>62</sup>No considera cambios parciales, ni superficiales.

A partir de la determinación de los beneficios que tiene este planteamiento, la metodología se puede aplicar en empresas u organizaciones tanto públicas como privadas, con el objetivo de lograr no solamente mejoras sustanciales en el funcionamiento y gestión, sino también efectividad en la consecución de objetivos.

Al respecto existen una serie de procedimientos y metodologías que con el paso del tiempo se han utilizado en la gestión de empresas e instituciones con diferentes matices y resultados. Sin embargo, para los fines que persigue el presente trabajo, se ha considerado (luego de un análisis minucioso) utilizar el enfoque teórico que ha sido desarrollado por Michale Hammer y James Champy que propugnan la denominada: *Reingeniería de procesos* que se constituye en una verdadera *herramienta de gestión* que sirve fundamentalmente para plantear el diseño de una metodología de trabajo planificada, que busca la consecución de objetivos.

Entonces, se tiene que combinar los principios de funcionamiento de la radio como medio masivo, a los postulados de este enfoque teórico que tiene una serie de mecanismos que perfectamente se pueden adecuar al ámbito de la comunicación mediática. A partir de la existencia de una serie de experiencias que se suscitaron en el mundo en materia administrativa y de gestión, la *Reingeniería de Procesos* como metodología, considera la existencia de tres fuerzas que dominan los principios de funcionamiento de cualquier tipo de organización en la actualidad: Clientes, Competencia y Cambios.

Un principio importante es analizar el rol que tiene el consumidor (cliente), para el caso del presente proyecto sería equiparado al concepto de *audiencia*<sup>63</sup>. En principio es importante resaltar que en la actualidad el concepto de audiencia ha evolucionado, ya no se puede hablar (como hace varios años) de que la misma es *pasiva* y que simplemente se circunscribe a recepcionar el mensaje sin mayor análisis ni participación; últimamente el *receptor del mensaje* es bastante selectivo en tanto la calidad del mensaje, porque puede acceder a una serie de alternativas (dada la multiplicidad de canales de comunicación y difusión actualmente existentes). En este contexto, antes de iniciar un proceso de

---

<sup>63</sup>Es aquel grupo de personas amplio, disperso y heterogéneo que recibe un mensaje en un tiempo y espacio determinado.

reingeniería de programación, es muy importante conocer a la audiencia, estudiarla y entender sus aspiraciones y expectativas.

Con respecto a la “Competencia”, en cuestión de medios tiene que ver con la gran cantidad de ofertas comunicacionales e informacionales<sup>64</sup> a disposición de la audiencia, son variados los medios y canales de difusión. Esta situación obliga a que los contenidos puedan ser mucho más competitivos y de buena calidad para lograr captar la atención del público. Sin embargo, como ya se ha señalado: una emisora comunitaria no persigue competir, por lo que sus productos deben ser más bien *una alternativa para la audiencia*.

Finalmente, el modelo propone la realización de “cambios”, que deben responder a los dos criterios anteriores. Los cambios deben efectuarse a mediano plazo, dependiendo de las condiciones y estructura de una organización. Para el caso de radio Kallawaya, se tiene que consensuar primero la forma en la que se debería implementar espacios radiofónicos que reivindicquen la cultura Kallawaya, como también promocionen a los artistas de la región.

#### **6.4.1 La programación radiofónica**

La programación de una emisora es la columna vertebral de funcionamiento del medio, es la forma en la que se van a presentar los productos comunicacionales que previamente se han elaborado. Programar es una tarea compleja que debe ser trabajada con bastante responsabilidad, asumiendo que la programación encierra los contenidos que se presentan como propuesta comunicacional del medio.

Conceptualmente la programación ha de concebirse como un “conjunto de programas que se emiten en el medio radiofónico”. Pero más allá de ese concepto, hay que puntualizar que los modelos de programación tendrán una serie de variaciones dependiendo de la naturaleza de un medio en específico. José Ignacio López Vigil en su libro “radialistas apasionados” habla de que la programación debe concebirse como: “el diálogo que la radio entabla con su público”. Sin embargo, para el citado autor no debe de concebirse una programación como una simple sumatoria de programas (diario, semanal y anual), sino que debe existir

---

<sup>64</sup>A partir del desarrollo de las tecnologías, se ha facilitado al acceso de las audiencias a una multiplicidad de canales digitales de comunicación

una suerte de organización entre los mismos. Todo debe estar guiado por un eje rector que se lo ha denominado: “perfil de la programación”<sup>65</sup>.

La programación radiofónica es una estructura que responde a los principios básicos de una emisora de radio, seguramente para el caso de las emisoras privadas, responde a los intereses empresariales; sin embargo la situación de las radios comunitarias es totalmente distinta como ya se había mencionado anteriormente. Para Rosa Maria Alfaro (1995: 34): “la programación radiofónica es una formación discursiva”, en la que el comunicador establece las estrategias necesarias para que pueda llegar con eficacia a los receptores del mensaje a partir del diseño de una serie de estrategias.

Para Mariano Cebrián Herreros (1994):

“Se concibe la programación radiofónica como la planificación de una relación comunicativa entre una empresa de radio y una audiencia mediante unos contenidos sistematizados y organizados en un conjunto armónico según unos criterios de selección, dosificación y ordenación, elaborados según una duración y unos horarios, condicionados por los recursos técnicos, humanos y económicos de producción y previstos para ser emitidos durante un tiempo”.

Es decir que todo el proceso de elaboración de un *perfil de la programación* parte de la adopción de un sistema de planificación que permita se pueda adecuar a las realidades cambiantes<sup>66</sup> sean a corto, mediano o largo plazo.

El *perfil de la programación* puede adquirir una serie de matices que varían en función a la cadena de contenidos que ofrece una emisora de radio, todo depende de la forma en la que se hubiera realizado el diseño. La orientación que deben tener los programas en una emisora comunitaria es el público meta, en función al mismo se tiene que diseñar los productos comunicacionales acordes a los requerimientos e intereses de la comunidad.

<sup>65</sup>Ha sido definido por José Ignacio López Vigil como el tránsito entre lo que se ha diseñado y el grado de receptividad que tiene la programación entre los receptores del mensaje.

<sup>66</sup>No hay que olvidar que la planificación de ninguna manera es estática, sino que puede irse “acomodando” a las diversas realidades y contextos que se presentan en la realidad, lo que quiere decir que no es cerrada como puede pensarse, sino que tiene la virtud de que se la puede “reacomodar a las circunstancias”.

## GRÁFICO 11 ASPECTOS ESENCIALES DE LA PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA



Fuente: Elaboración propia

Una de las cuestiones más complejas en el medio radiofónico, es buscar la manera más adecuada para diseñar una *programación* que logre satisfacer las expectativas que tienen los oyentes, siendo que este trabajo puede implicar la utilización de una serie de herramientas de planificación, además de un trabajo permanente de investigación. Esto supone para una pequeña emisora de radio destinar recursos en todo nivel (económicos, humanos, técnicos, etc.), situación que en más de una ocasión ha resultado ser infructuosa, por la forma en la que trabajan los medios comunitarios (por cuestiones de orden económico sobre todo, puede resultar ser no muy factible realizar un trabajo de campo para hacer un estudio de audiencia).

La radio como cualquier otro medio masivo, ofrece a la audiencia una secuencia de contenidos, los cuales se expresan en lo que se ha denominado: la programación. La *programación radiofónica es la oferta comunicacional* que el medio presenta al público, para que éste pueda (de acuerdo a sus preferencias) escuchar o no una determinada emisora.

Según la profesora de la Universidad de Navarra Elsa Moreno:

“Programar es una técnica, pero, al mismo tiempo, también es un arte: la técnica y el arte de idear, realizar y presentar unos contenidos que brinden un servicio al tipo de audiencia al que se dirige la emisora acorde con los principios editoriales de la empresa, los recursos humanos y técnicos de los

que se dispone y los parámetros reales del mercado en el que se emite. Además de la relación comunicativa que una emisora entabla con su audiencia, la programación también es el modo y la forma de idear y organizar el tiempo radiofónico de acuerdo a una actuación concreta” (MORENO; 2005: 63).

Los modelos de programación radiofónica<sup>67</sup> en el caso de las emisoras comunitarias difieren significativamente de los que son ofertados por otros medios, como los comerciales u estatales. Los principios básicos de una programación para un medio comunitario según Rodrigo Camacho (2002: 56) son básicamente:

- Participación activa de la comunidad en todos los segmentos de la programación
- Puesta en práctica de mecanismos que permitan que las necesidades y expectativas de la audiencia sean satisfechas a partir de la elaboración de productos comunicacionales concretos.
- Aplicar los principios éticos, y sobre todo de equilibrio informativo en el abordaje de diferentes temas de interés de la comunidad.
- Concebir a la radio como un medio educativo que coadyuve al desarrollo de la comunidad en la que presta sus servicios.
- Coadyuvar a que la democracia sea un mecanismo de toma de decisiones.
- Promover y promocionar la libre expresión de los pobladores.
- Estudiar las percepciones de los ciudadanos en tanto el abordaje de diferentes temáticas de beneficio colectivo y comunitario.

La radio tiene diferentes funciones como: informar, educar y entretener. En criterio de Mario Kaplún debe existir un equilibrio permanente en el diseño de una programación radiofónica entre las funciones antes señaladas. En el diseño de la programación de radio Kallawaya se tiene combinar de manera armónica los contenidos con espacios radiofónicos variados.

En los diferentes espacios, se tiene que mejorar los niveles de participación ciudadana de manera gradual; asimismo, se debe ofrecer programas con contenidos en los que se reivindique la cultura y promocióne a los grupos autóctonos de la región.

---

<sup>67</sup> *Modelo de programación* radiofónica puede llegar a tener una serie de significados, existen varios autores que se han preocupado por definir el alcance de esa palabra. Por ejemplo, Joshep María Martí (1990: 81) señala que "el modelo programático constituye el arquetipo de diseño de una programación de una emisora".

Por otro lado, es preciso resaltar que existen varios criterios para clasificar la programación en radio, sin embargo se considerará los tres ejes que han sido planteados por Jéssica Izquierdo Castillo (2016: 18):

- Público - Privado
- Generalista - Temático
- Gratuito – Pago

Las características de cada uno de ellos se han sintetizado en el siguiente cuadro:

**CUADRO 7 EJES DE CLASIFICACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN EN RADIO**

<b>MODELO PÚBLICO DE PROGRAMACIÓN</b>	<b>MODELO PRIVADO DE PROGRAMACIÓN</b>
Predominio de la planificación cultural Establecimiento de una dieta equilibrada entre los diferentes géneros y contenidos Búsqueda de técnicas de programación basadas en la rentabilidad social del medio Consideración de las minorías	Planificación estratégica destinada a la maximización de los beneficios económicos Predominio de programas destinados al entretenimiento y ocio Utilización de técnicas de programación altamente complejas para maximizar la audiencia y aumentar la eficacia mercantil Programación orientada al gran público
<b>MODELO GENERALISTA DE PROGRAMACIÓN</b>	<b>MODELO TEMÁTICO DE PROGRAMACIÓN</b>
Oferta caracterizada por la diversidad de géneros El diseño de la programación se ve condicionado por el enfoque comercial La programación se centra en la búsqueda de audiencias masivas Modelo unidireccional de carácter monológico La programación se entiende como un flujo continuo Vinculación con la gratuidad Altos costes en producción Importancia de la imagen de la marca	Oferta constituida a partir de monogéneros Segmentación del público Implantación de nuevas formas de emisión Instauración de un discurso fragmentado
<b>MODELO GRATUITO DE PROGRAMACIÓN</b>	<b>MODELO PAGO DE PROGRAMACIÓN</b>
Asociado al modelo generalista Acceso no condicionado a los contenidos Financiación indirecta: impuestos y/o canon para modelo público y consumo publicitario para modelo privado	Existe un acceso condicional con un público minoritario dispuesto a pagar por el servicio Disminución de la publicidad y contenido premium Es efecto de la crisis del modelo generalista Plantea necesidad de especialización Importancia de la autopromoción

Fuente: Elaboración propia en base a libro de Jéssica Izquierdo

El cuadro muestra muy claramente la existencia de diferentes modelos de programación que varían en tanto contenidos y formatos, en el marco del tipo de fin que persigue cada medio. Por ello, a la hora de determinar la fórmula más adecuada se tienen que considerar una serie de factores como ser: la estructura del medio, su tipo de propiedad, la forma de financiamiento del mismo, la filosofía que tiene, etc.

A la par de analizar los ejes centrales de la clasificación de la programación en radio, se debe concretizar un poco más el asunto haciendo referencia a los principales tipos y modelos de programación radiofónica.

## CUADRO 8 PRINCIPALES TIPOS Y MODELOS DE PROGRAMACIÓN

CONCEPTOS DE RADIO	MODELO DE PROGRAMACIÓN		
RADIO-INFORMACIÓN-COMUNICACIÓN	ESTRATEGIA EMPRESARIAL		UNIDAD DE PROGRAMACIÓN
	RADIO GENERALISTA		PROGRAMA
	RADIO ESPECIALIZADA	TEMÁTICA	PROGRAMA
		FORMATO CERRADO	FÓRMULA
	RADIO ESPECIALIZADA	TEMÁTICA	PROGRAMA
		FORMATO CERRADO	FÓRMULA
		FORMATO ABIERTO	PROGRAMA-FÓRMULA

FUENTE: Elaboración propia en base a la propuesta de la profesora Elsa Moreno

En criterio de la profesora Elsa Moreno, los modelos de programación derivan de la *acción radiofónica* que decida la empresa y/o institución. Sin embargo, el análisis y la reflexión deben partir de la consideración de condiciones internas y externas de la emisora y del mercado de los medios, siendo que cada vez es más competitivo. Esta información es fundamental, porque coadyuva a comprender el nivel de crecimiento del medio.

Planificar una programación no es una tarea fácil, en este sentido valdría la pena retomar los criterios de Cebrián Hereros al respecto. Este autor señala que antes de lanzar una programación, se debe realizar una *planificación previa*. La planificación, es una previsión del material que será difundido, considerando esencialmente a las producciones propias y ajenas, a partir de esa precisión se establecen acciones, estrategias y horarios exactos.

Hay que dejar muy en claro que la planificación debe ser en todo momento flexible, tiene que adecuarse a los desafíos que diariamente una emisora de radio debe afrontar a partir de la oferta programática.

La *planificación de la programación radiofónica* responde a los mismos criterios que los que tiene un proceso en general de *planificación*, con objetivos a largo, mediano y corto plazo. Los objetivos varían en función a las dinámicas que el medio va estableciendo con su público, estos a su vez se van concretizando en acciones tendientes a su consecución.

En este contexto, es preciso sintetizar los razonamientos de Mariano Cebrián Herreros (1995) con respecto a la *planificación de la programación*, este autor indica que los siguientes criterios temporales son importantes para plasmar de manera gradual y paulatina una programación:

#### **CUADRO 9 PLANIFICACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA: CRITERIOS TEMPORALES**

<b>CORTO PLAZO</b>	<b>MEDIANO PLAZO</b>	<b>LARGO PLAZO</b>
Propuesta del día o la semana siguiente	Diseño para una temporada	Cobertura de entregas, producción, calendarios de transmisiones y grandes coberturas

FUENTE: Elaboración propia en base al planteamiento de Cebrián Herreros

Como se puede apreciar, los criterios son diversos cuando se pretende hacer un sistema de planificación para un medio, para el caso del presente trabajo radio *comunitaria*. Aunque las directrices para el caso de las *emisoras comunitarias pueden variar un poco*, pero finalmente se puede aplicar un modelo perfectamente, el objetivo es que nada se deje a la improvisación.

El *sistema de planificación* de la programación de una emisora de radio se concretiza en *emisiones* que son la realización en algo concreto de lo planificado. El sistema funcionará de manera adecuada, siempre y cuando se tenga muy en claro algunos aspectos inherentes al funcionamiento del medio, como por ejemplo identidad corporativa, filosofía, público meta, etc.

La programación en este contexto debe ser algo rigurosamente planificado. La temporalidad de aplicación, como se ha visto anteriormente, puede variar en el corto,

mediano y largo plazo. Edinson Castro (2005; 45) señala que: "la programación de corto plazo es creada para propuestas del día como noticias o informativos siendo que el interés por parte de la audiencia radica en el momento en el que se dice, de mediano plazo se usa para temas que son de temporada como programación de invierno o de verano, por último, a largo plazo son temas o acontecimientos especiales que necesitan mucha preparación previa".

El adecuado diseño de la programación en radio es fundamental. Habrá que recordar que la programación de una emisora es el medio por el que una radio se relaciona con su público, pero además genera un vínculo con instituciones y potenciales clientes, por ello se debe tener bastante precisión en la formulación de no solamente la programación, sino también los contenidos.

Un aspecto que no se debe dejar de lado, es que la audiencia es el referente principal de toda programación. Se deben desarrollar los contenidos en función a la misma, a sus intereses, necesidades, inquietudes, esperanzas y anhelos.

Según Cebrián Hereros (1995) una programación corresponde que esté debidamente "dosificada", es decir que los contenidos deben estar adecuadamente distribuidos en los diferentes espacios. Asimismo, este autor plantea la necesidad imperante de que la *ordenación* y *secuencialidad* de contenidos, unos respecto de otros, deban ser lógicamente planteados. La ordenación permite la continuidad, es decir la combinación de contenidos que se dividen en este caso en programas y unidades de programa.

La programación marca con claridad los horarios para cada producción radiofónica, siendo que la unidad de medida del trabajo en radio es *el tiempo*. Según la franja horaria se pueden establecer incluso cotizaciones sobre publicidad, etc. Un estudio personalizado dentro del medio, puede dar mayores detalles sobre las preferencias de la audiencia, los horarios que tienen mayor impacto, entre otros datos.

Como la programación se basa en los sistemas de planificación, puede requerir ajustes en tanto programa o franjas horarias, con lo que queda establecido de que no es algo estático, sino algo más bien dinámico y que responde, hay que reiterar, a la realidad donde la radioemisora presta sus servicios. Toda programación debe renovarse periódicamente, se pueden utilizar *ciclos de programas* por ejemplo, con el fin de refrescar la programación, considerando que algunos contenidos pueden fracasar tempranamente, por lo que se hará preciso una renovación, un reajuste de horarios, de contenidos, etc.

Los espacios pueden variar de una emisora a otra, tal como lo señala Mariano Cebrián Hereros (1994), sin embargo habría que considerar la existencia de espacios fijos y otros que se pueden mover dentro de la programación, en este sentido se puede hacer referencia a macrounidades:

- Macrounidades cíclicas
- Macrounidades seriadas
- Macrounidades intermitentes

Esta clasificación, sugiere que el comunicador social pueda escoger una macrounidad, en función a la misma se pueda armar los contenidos. Un programa entonces debe responder ya sea a las mayorías ó minorías que constituyen ese conjunto de personas que sintonizan el medio.

Existen algunos aspectos a considerar a la hora de armar una programación, como ser el modelo predominante que tendrá la misma. Mariano Cebrián Herreros, ha propuesto una serie de criterios de clasificación; para el diseño del presente trabajo se han considerado los siguientes:

## CUADRO 10 ASPECTOS ESENCIALES DE LOS MODELOS DE PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA

SEGÚN LOS CONTENIDOS	SEGÚN SU ESTRUCTURA
A) PROGRAMACIÓN GENERALISTA	PROGRAMACIÓN MOSAICO
B) PROGRAMACIÓN ESPECIALIZADA	PROGRAMACIÓN POR BLOQUES
	PROGRAMACIÓN EN CONTINUIDAD

Fuente: Elaboración propia en base a propuesta teórica de Cebrián Herreros

Luego de la consideración de estos aspectos fundamentales, se debe puntualizar que el diseño de la programación (en este caso de radio Kallawaya) tiene que relacionarse con la imagen del medio, para lo cual se tienen que plantear objetivos a partir de la delimitación de la audiencia. Otro aspecto esencial es la delimitación de los contenidos, ello permite establecer el perfil de los programas, las orientaciones generales de la programación entre otras cosas.

Finalmente (y siguiendo las premisas de Cebrián Herreros), para armar una programación es importante considerar las franjas horarias en las que se emitirán los programas. Para ello se ha considerado la propuesta de clasificación propuesta por María Gutiérrez y Amparo Huertas<sup>68</sup> en un análisis de la programación de emisoras en radio en España:

## CUADRO 11 FRANJAS HORARIAS EN UNA PROGRAMACIÓN

1	MADRUGADA (00:00 h. a 06:00 h.)
2	MAÑANA (06:00 h. a 13:00 h.)
3	MEDIODÍA (13:00 A 16:00 h.)
4	TARDE (16:00 a 20:00 h.)
5	NOCHE (20:00 A 24:00 h.)

Fuente: Elaboración propia en base a la propuesta de María Gutiérrez y Amparo Huertas

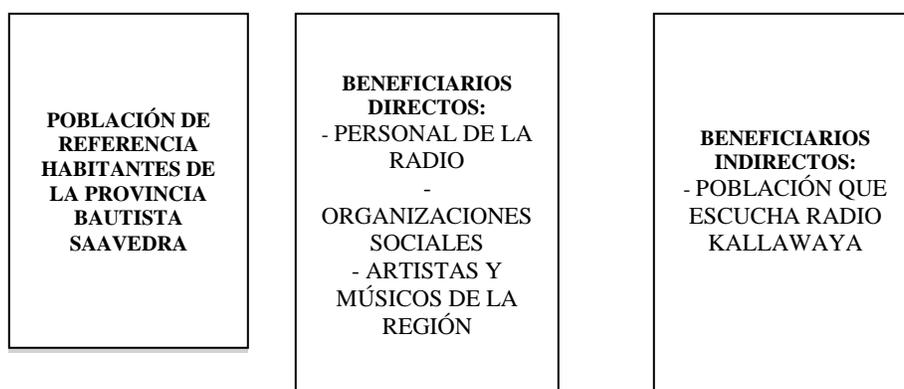
<sup>68</sup> Extraído de: <http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/viewFile/5365/5221>, página consultada el 28/10/2018

Cada una de estas franjas es importante, porque en el diseño deben ser bien dosificadas, con contenidos acordes al horario y día de emisión.

## **VII. BENEFICIARIOS**

En el presente proyecto de grado, por sus características y objetivos, se ha determinado dos tipos de beneficiarios:

### **CUADRO 12 BENEFICIARIOS DEL PROYECTO**



FUENTE: Elaboración propia en base al análisis de involucrados

#### **7.1 Beneficiarios directos**

Los beneficiarios directos del proyecto son:

- **Personal de la radio:** Porque a partir del proyecto, recibirán capacitación, además que se podrá lograr la reestructuración del medio, conseguirán mejorar los niveles de audiencia e impacto de sus programas.
- **Organizaciones sociales:** Las organizaciones sociales que están comprometidas con el funcionamiento de la radio, se verán grandemente beneficiadas, siendo que se establecerá un sistema de planificación para que se pueda hacer gestión radiofónica en radio Kallawaya.

- **Artistas y músicos de la región:** Con el énfasis en contenidos culturales, artísticos y de promoción de grupos autóctonos, éstos se verán grandemente beneficiados.

## **7.2 Beneficiarios indirectos**

Con los cambios que se pretenden generar en la radio, la población que tiene acceso a la programación de la emisora tendrá más posibilidades de escuchar productos comunicacionales de calidad, además de beneficiarse de una nueva programación con contenidos culturales. Igualmente podrán conocer la música de los grupos autóctonos de la región. El Ministerio de Comunicación tendrá también un espacio para sus contenidos, solamente que será más ordenada su participación, con un horario determinado.

## **VIII. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

### **8.1 Macro localización**

El municipio de J.J. Pérez – Charazani, esta en la jurisdicción de la primera sección de la provincia Bautista Saavedra del Departamento de La Paz. Se encuentra ubicado al Noreste de la ciudad de La Paz a aproximadamente 272 Km de distancia, su extensión territorial es de 1616 Km<sup>2</sup>.

### **CUADRO 13 UBICACIÓN GEOGRÁFICA**

<b>JURISDICCIÓN</b>	<b>UBICACIÓN GEOGRÁFICA</b>	
	<b>LATITUD SUR</b>	<b>LATITUD OESTE</b>
<b>DEPARTAMENTO DE LA PAZ</b>	11°53' y 17°51'	66°16' y 69°38'
<b>PROVINCIA BAUTISTA SAAVEDRA</b>	15°10' y 15°40'	68°45' y 69°10'
<b>MUNICIPIO DE CHARAZANI</b>	14°47' y 15°13'	68°20' y 69°12'

FUENTE: Elaboración del equipo técnico de AMNIN A, en base a los resultados del INE 2001

Los límites territoriales que tiene son:

#### CUADRO 14 LÍMITES TERRITORIALES

LÍMITES	DEPARTAMENTO DE LA PAZ	PROVINCIA BAUTISTA SAAVEDRA	MUNICIPIO DE CHARAZANI
NORTE	Pando	Franz Tamayo	Curva y Apolo
SUR	Oruro y potosí	Camacho, Muñecas y Larecaja	Mocomoco, Chuma y Ayata
ESTE	Beni y Cochabamba	Franz Tamayo y Larecaja	Apolo, Guanay y Tacacoma
OESTE	República de Perú y Chile	República del Perú	República del Perú

FUENTE: Elaboración Equipo Técnico AMNIN A, 2004

Según autoridades y pobladores de Charazani, la colindancia con la República del Perú es determinante no solo en la economía regional, sino también en el aspecto cultural. Existe influencia de la cultura peruana en el sector muy marcada. Históricamente se conoce que la Provincia Bautista Saavedra ha sido creada mediante la promulgación de la Ley S/N de 17 de noviembre de 1948, fue constituida por dos secciones municipales:

#### CUADRO 15 DIVISIÓN POLÍTICA ADMINISTRATIVA DE LA PROVINCIA BAUTISTA SAAVEDRA

SECCIÓN	MUNICIPIO	CAPITAL
Primera	Charazani (J.J. Perez)	Charazani
Segunda	Curva	Curva

Fuente: Elaboración Equipo Técnico AMNIN A, 2004

El Municipio de Charazani tiene siete cantones, la jurisdicción del Municipio cuenta con 45 Organizaciones territoriales y varias juntas vecinales distribuidas en su territorio, sobre todo se ubican en la parte urbana.

## **8.2 Charazani contexto**

Charazani es la primera sección municipal de la Provincia Bautista Saavedra del Departamento de La Paz. Se encuentra a una distancia aproximada de 315 Km de la ciudad de La Paz, la falta de vías de acceso presupone que existe una suerte de *desvinculación* de los centros urbanos más poblados.

Según datos del Censo Nacional de Población y Vivienda realizado el año 2012, la población de Charazani es de 13.023 habitantes. Sin embargo, según las proyecciones del Instituto Nacional de Estadística sobre el crecimiento de Charazani a 2018, este sería de 13.387 personas.

Existen variadas actividades económicas que van desde el comercio, hasta la producción. El movimiento económico comercial se mueve fundamentalmente en ferias que esencialmente son las siguientes:

- Charazani
- Qallaqallan
- Patamanta
- Huacasaya
- Amerete

Las actividades productivas que desarrollan los habitantes de Charazani son variadas como por ejemplo:

- Carpintería-Mueblería
- Taller de Mecánica
- Panaderías
- Acopio y Lavadero de arena
- Canteros (pedreros)
- Establecimientos Agrícolas

- Establecimientos ganaderos
- Comercio informal

“La actividad económica predominante en el municipio es la agricultura, con la producción de papa, maíz, oca, arveja, trigo y, en las partes bajas, frutales, como el durazno. También se dedican a la crianza de camélidos, especialmente la llama, alpaca y vicuña. En el sector de los valles la crianza de ganado vacuno, ovino, porcino, caprino, aves de corral y caballar es una actividad que proporciona productos como carne roja y blanca, leche, manteca, huevos, etc.”<sup>69</sup>.

La única vinculación que tiene el municipio de Charazani con el interior del Departamento de La Paz y el país es por vía terrestre, a través de la carretera troncal cuya ruta es: La Paz-Achacachi-Escoma-Pumasani-Charazani. La comunicación entre comunidades y vecindarios se ha establecido a partir de la construcción de caminos *vecinales*, muchos de ellos son bastante precarios, siendo que en temporada de lluvia, se tornan totalmente inaccesibles, dejando casi *incomunicadas a muchas comunidades*, aquí los medios de comunicación masiva como la radio deben jugar un rol estratégico, para convertirse en una herramienta frente a ese tipo de contratiempos.

Existe una indiscutible deficiencia en la cobertura de servicios básicos en el municipio de Charazani; para atenuar esta situación, tanto la Alcaldía como la Gobernación, tienen una serie de dificultades de orden económico. Al tratarse de una zona rural, uno de los problemas más complejos es la poca capacidad de generar recursos propios por parte del municipio <sup>70</sup> y la consiguiente dependencia de los que el Estado suministra (Coparticipación Tributaria, HIPCII e IDH). Este contexto inviabiliza cualquier tipo de planificación a largo plazo, perjudicando de este modo la consecución de objetivos de impacto que se pudieran plantear en el municipio de Charazani.

En el plano estrictamente cultural, se tiene certeza que las familias y comunidades de Charazani son de origen quechua. “La Provincia Bautista Saavedra tiene una cultura basada

<sup>69</sup> Extraído de: <https://www.educa.com.bo/geografia/charazani-municipio-de-b-saavedra>, página consultada el 02/03/2018

<sup>70</sup> El cobro por concepto de impuestos es muy bajo, además de que las actividades productivas legalmente establecidas no logran generar una cantidad de recursos para que la municipalidad pueda encarar proyectos grandes de gran impacto social.

en una rica historia, indicios encontrados en toda la región nos demuestran e indican que son descendientes de los Tiwanacotas y en la zona oriental descendientes de los Lecos y Chunchos (Apolo)” (PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE CHARAZANI, 2004: 45).

El 7 de noviembre de 2003, la UNESCO declaró como Obra Maestra del Patrimonio Oral e Intangible de la Humanidad a la “Cosmovisión Andina de la Cultura Kallawayá”. La distinción se logró en base a un documento que sintetizaba las diversas áreas del conocimiento Kallawayá en base a un trabajo realizado por expertos. Según la investigación de Van Kessen (1993):

“En la Nación Kallawayá se encuentra una coincidencia generalizada de las antiguas estructuras comunales, no sólo del ayllu local, sino también de los ayllus mayores que agrupan orgánicamente a un conjunto de 8 o 20 o más comunidades y estancias. Estos ayllus mayores mantienen sus estructuras vigentes, funcionando a través de toda su vida social, cultural y económica, porque están profundamente fundados en la cosmovisión de sus comuneros y determinan sus relaciones de solidaridad y conflicto”.

La cultura kallawayá forma parte de este grupo étnico reconocido a nivel nacional e internacional. Su trabajo en materia de salud es muy importante, siendo que la medicina tradicional ha perdurado y se ha enriquecido en el tiempo. Las diferentes categorizaciones sobre medicamentos naturales que han realizado los kallawayas han abierto la posibilidad de que actualmente se puedan resolver muchos enigmas de la ciencia y la salud principalmente.

Los idiomas que se hablan con mayor frecuencia en la región (por orden de importancia) son:

- Quechua
- Castellano
- Aymará
- Extranjero
- Puquina

- Y otros en mucha menor medida

La religión es predominantemente católica, las principales creencias se expresan fundamentalmente en las fiestas religiosas, actualmente se mantiene una práctica social muy interesante que imbrica de manera interesante las creencias locales y religiosas, mezclando fiestas religiosas con paganas. La iglesia cristiana en los últimos años ha ido ganado bastante protagonismo, siendo que el número de adeptos va en crecimiento progresivo.

“Las creencias nativas se mantienen muy bien conservadas, aspecto que se refleja en los diferentes ritos y ceremonias que se llevan a cabo en festividades y fechas específicas como la siembra y la cosecha. La cultura Kallawaya aporta con muchos elementos a esta última, observándose el culto a los cerros principalmente del Akamani, Callinsani y otros” (PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL, 2004: 46).

## **IX. ESTRATEGIA METODOLÓGICA DE ELABORACIÓN DEL PROYECTO**

La estrategia metodológica tiene que ver con la forma en la que se ha concebido el diseño del proyecto. Es la consideración de las fases y etapas que el mismo ha consignado en tanto su delineación, considerando las diferentes herramientas metodológicas y de planificación de la comunicación, en este caso enfocada al medio radiofónico.

El marco estratégico tiene una serie de componentes como métodos, técnicas e instrumentos que se utilizaron para la realización del presente proyecto. Inicialmente el trabajo de planificación del presente proyecto ha partido de las siguientes premisas:

## GRÁFICO 12 PREMISAS PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO



Fuente: Elaboración propia

Luego de que se ha formulado la *idea de realización del proyecto* (que surge a partir de una observación directa del proyectista), se ha realizado un diagnóstico preliminar que ha permitido *delimitar* el tema de manera adecuada, estableciéndose algunos aspectos fundamentales como ser:

- Preocupación por *la programación de radio Kallawaya*, ya que los contenidos no son acordes a las necesidades que tiene la audiencia (por lo menos del grupo encuestado).
- Necesidad de *revalorización de la cultura Kallawaya*, que de un tiempo a esta parte se ha visto impactada negativamente por las nuevas tendencias que plantea el fenómeno de la globalización, especialmente en los jóvenes.
- *Desorganización en la gestión de radio Kallawaya*, siendo que no existe un modelo de organigrama establecido.
- *Poco apoyo a los artistas y músicos de la región*.

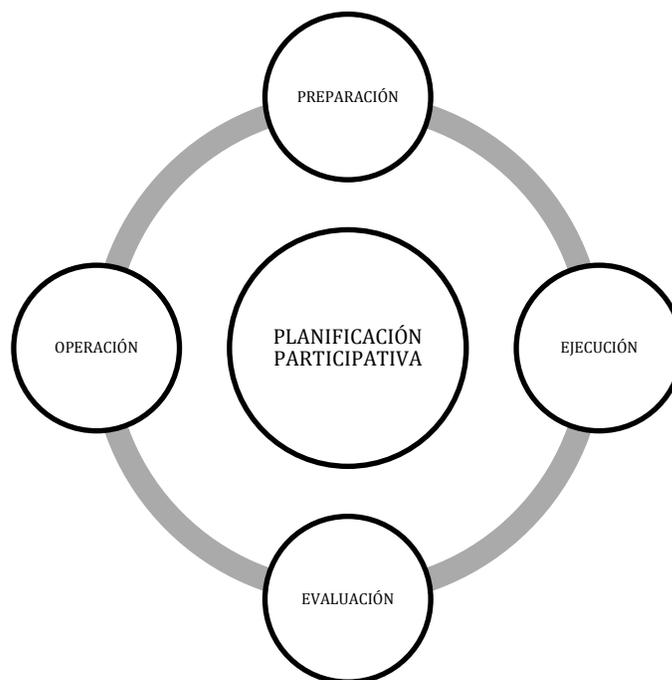
Esta información ha sido fundamental para determinar la *viabilidad de la propuesta*, siendo que de manera general existe una marcada preocupación encaminada al potenciamiento de la radio que parte de diferentes sectores sociales. En este sentido se ha logrado estructurar la ingeniería básica del proyecto, en el marco de la construcción del *árbol de problemas* y consecuentemente el *árbol de objetivos*, que se constituyen en el pilar de realización y diseño de la presente propuesta.

Frente a la diversidad de problemáticas, se ha establecido un orden jerárquico para abordar una parte de las mismas. En este caso se ha trabajado el tema de la reingeniería de la programación de radio Kallawaya, con un enfoque basado en la cultura Kallawaya y apoyo a los músicos de la región.

Posteriormente se han realizado una serie de tareas en materia de investigación que han posibilitado el diseño de proyecto. El documento se ha dividido en dos partes, en la primera están los aspectos esenciales como ser problema, objetivos, conceptualizaciones, etc.; en la segunda parte se encuentra la propuesta comunicacional para radio Kallawaya que consigna una serie de aspectos.

En el marco de la planificación de la comunicación, se debe hacer referencia a los diferentes momentos que se llevan adelante en todo proceso, existen diferentes criterios, pero de manera general el ILPES, señala que el ciclo de vida de un sistema de planificación se puede sintetizar de la siguiente manera:

### GRÁFICO 13 CICLO DE VIDA DE UN SISTEMA DE PLANIFICACIÓN



Fuente: Elaboración propia, en base a la propuesta de ILPES

Como se puede apreciar en el gráfico, en un sistema de planificación<sup>71</sup> existe una serie de fases y etapas que se deben instituir y ejecutar de manera posterior a la preparación del mismo. Por la naturaleza del presente proyecto, se ha optado por el sistema de *planificación por objetivos*, que se basa en la realización de actividades para conseguir resultados concretos.

Por las características que tiene la modalidad de *proyecto de grado* en la Carrera Ciencias de la Comunicación Social, únicamente se llegará a la fase de PREPARACIÓN, siendo que la propuesta no se puede ejecutar hasta que no sea evaluada por un tribunal universitario.

<sup>71</sup> Se habla de sistema de planificación, porque engloba una serie de actividades que se relacionan entre sí y que deben llevarse delante de manera coordinada y secuencial, además de que puede contemplar una amplia gama de posibilidades, en el marco de la planificación de la comunicación.

El diseño de la propuesta se efectuó considerando las siguientes etapas:

### **Etapas 1. Diagnóstico**

**-Relevar información:** Se ha realizado una encuesta a los habitantes de Charazani, asimismo se han desarrollado una serie de entrevistas para corroborar algunos asuntos como el grado de receptividad de radio Kallawaya, su nivel de importancia dentro de la comunidad. A partir de la observación directa se ha podido hacer un relevamiento de información sobre la forma de trabajo que tiene radio Kallawaya actualmente.

**-Definir el problema:** Se ha delimitado en primera instancia el tema en concreto que se ha abordado el presente proyecto de grado, para luego definir el problema central que tiene como elementos centrales: la *reingeniería de la programación* de radio Kallawaya y la promoción de artistas, grupos autóctonos y la cultura de la región.

### **Etapas 2. Diseño**

**-Formular objetivos:** Los objetivos han surgido a partir del árbol de problemas y la jerarquización de los mismos. Se ha procurado mantener en todo el diseño un cierto grado de coherencia entre el problema y la determinación de los objetivos del trabajo.

**-Definir los beneficiarios:** Se ha realizado un análisis profundo para determinar a los beneficiarios del proyecto (a partir del análisis de involucrados), que básicamente son los trabajadores de radio Kallawaya por un lado, y por otro lado la población en general que se beneficiaría en el caso de que se implemente el proyecto.

**-Definir los resultados esperados:** Los resultados que se esperan conseguir a partir de la implementación del presente proyecto se relacionan con la consecución de los objetivos que se han planteado. En este sentido se puede hacer una síntesis de los mismos:

- Mejoramiento de la programación de radio Kallawaya
- Aumento de la capacidad de gestión radiofónica de parte de los directivos de radio Kallawaya
- Mayor promoción de la cultura Kallawaya
- Incremento de espacios radiofónicos para la promoción de la música de la región
- Mejor desempeño del personal de radio Kallawaya
- Optimización de los sistemas de planificación y gestión

**-Diseñar las actividades:** Las actividades se diseñaron en el marco de los objetivos planteados inicialmente, se basan en la utilización de las diferentes herramientas que ofrece la planificación de la comunicación como entrevistas, observación directa y revisión documental de fuentes secundarias.

La segunda parte del documento contiene la propuesta comunicacional enfocada a generar cambios en radio Kallawaya con el fin de mejorar su programación, ofrecer mayores niveles de participación, promover la cultura Kallawaya y a los artistas de la región.

## **9.1 Diagnóstico comunicacional**

El diagnóstico comunicacional se ha dividido en dos partes:

- Pre diagnóstico
- Diagnóstico

El pre diagnóstico elaborado como fase preliminar al proceso de planificación del proyecto de grado, persigue fundamentalmente mostrar el estado del interés que potencialmente podría tener el abordaje del estudio de radio Kallawayá como medio de comunicación. El pre diagnóstico tuvo la virtud de sintetizar los elementos clave sobre la realidad de la emisora, sus problemáticas, el tipo de trabajo que desarrolla, los grados de vinculación con la audiencia, etc.

Se ha visto por conveniente realizar una breve contextualización del tema, para que se pueda entender los elementos esenciales que llevaron al abordaje de la problemática central del trabajo. La radio es un medio bastante importante en el país, mucho más en el área rural, donde es uno de los mecanismos de comunicación más importantes por sus características. Numerosos grupos de personas como trabajadores, agricultores, amas de casa, conductores de movilidad realizan sus tareas cotidianas escuchando radio. Quizá una de las virtudes del medio, es que se constituye en compañía para las personas, como bien lo señalan autores importantes como Mario Kaplún.

A partir de estas premisas (sobre las virtudes comunicacionales que tiene la radio), en Charazani surgió la inquietud de crear un medio que permita satisfacer las necesidades de comunicación de sus habitantes. En la región, no existen muchos medios de comunicación, por lo que se vio rápidamente la necesidad de que una radioemisora sea el mecanismo más idóneo para lograr este cometido.

Contar con un medio propio ha sido por largo tiempo un anhelo de las organizaciones sociales y habitantes de Charazani. Mediante un esfuerzo conjunto, y en el contexto de

apoyo del Ministerio de Comunicación de Bolivia, se logra implementar una pequeña emisora de radio, que funciona con implementos tecnológicos mínimos, personal necesario para su puesta en marcha, pero con el deseo de que se constituya en uno de los canales de comunicación más poderosos.

Luego de varios años de funcionamiento de la radio, se ha podido notar que *no ha logrado satisfacer las inquietudes de la audiencia*. En la encuesta realizada en esta etapa de desarrollo del proyecto, claramente se ha podido establecer que la gente no está muy satisfecha con los contenidos de la programación de la emisora, porque los mismos no reflejan la realidad de Charazani.

Por otro lado, personas mayores y autoridades, de la misma manera, están bastante preocupadas, porque la cultura tradicional de Charazani de a poco va quedando en el olvido, sin que despierte aquello la inquietud de la juventud. Lo cierto es que no existe un mecanismo que permita su promoción, ni menos un canal para su difusión de la cultura.

En el proceso de recopilación de información, se ha llegado a determinar la importancia de llevar adelante un proyecto de grado que aborde la actual coyuntura que se tiene en tanto programación de radio Kallawayá y la promoción de la cultura de la región.

La relevancia comunicacional se centra en la propia naturaleza que tiene el medio, es decir que en materia de comunicación es imprescindible hacer el análisis del rol que tienen los medios comunitarios en el cambio de las sociedades, en su fortalecimiento y reivindicación de identidades y cultura.

Radio Kallawayá utiliza la comunicación e información como herramientas fundamentales para el establecimiento de relaciones organizacionales con la audiencia y demás actores sociales. Por ello el fortalecimiento de la emisora es una tarea urgente.

En este contexto es importante analizar las formas en las que se ha estructurado los sistemas de comunicación en la emisora, los mismos que se pueden dividir en dos categorías:

- Sistemas de comunicación interna
- Sistemas de comunicación externa

Las relaciones de comunicación al interior de radio Kallawaya son verticales, porque ya sean dirigentes sociales o director de la emisora no consultan sobre las determinaciones que se asumen. Esta situación ha incidido grandemente en la programación como ya se había señalado, ya que los espacios radiofónicos y contenidos son impuestos, lo que repercute en la calidad del mensaje. El mensaje no está siendo preparado de manera adecuada, no se adecua al público meta de manera acorde, por ello existe insatisfacción de parte de la audiencia.

Radio Kallawaya no se ha convertido en un puente de interacción con la audiencia, para que esta pudiera dar a conocer comunicados, convocatorias, avisos necrológicos, etc. Hay que tener presente que Charazani en algunas épocas del año es un territorio accidentado, por el grado de precipitaciones pluviales, los habitantes de varias comunidades y cantones tienen mucha dificultad para salir de su comunidad y poder entablar relaciones de comunicación e información con las demás personas, este extremo no es adecuadamente aprovechado por radio Kallawaya, siendo que las personas prefieren utilizar otros mecanismos que la tecnología le permite como teléfonos celulares por ejemplo, aunque la difusión de contenidos en estas circunstancias no son masivos, para serlo tendría que establecerse una pequeña red, lo que implica un costo para el usuario, por ello a nivel de instrumento de comunicación masivo radio Kallawaya no se constituye en un referente.

La parrilla de la programación no tiene un orden adecuado, ni está diseñada con un fin específico, varios programas son simplemente imposiciones de los medios estatales que surgen a raíz de convenios que tiene radio Kallawaya, o porque se tienen espacios en la emisora que deben ser cubiertos, contratar personal no es posible, por lo que se recurre a las

retransmisiones permanentes; tampoco en Charazani no existe una escuela de comunicación, o centro de formación de comunicadores radiofónicos, nadie en la emisora cuenta con estudios a nivel superior en comunicación y/o periodismo, ni mucho menos en radiodifusión, por lo que el inicio e implementación de talleres de capacitación es algo urgente, para que los recursos humanos respondan a las actuales exigencias que tiene radio Kallawaya.

Existe todavía analfabetismo en la región, muchas personas solamente han cumplido con asistir a la escuela primaria, por lo que hay una falencia de espacios radiales enfocados a la educación a distancia a través de la radio. No hay que olvidar que la radio comunitaria, en muchas partes del mundo se ha constituido en un soporte para el desarrollo de programas de alfabetización y educación. Por ello, la estructuración de una programación debe considerar estos aspectos esencialmente, quizá esta falta de orientación se relacione también con la falta de valores en los jóvenes, quienes se ven influenciados cada vez más por el sistema capitalista y los patrones culturales que este sistema trae consigo.

La cultura de la región es rica en tradiciones y conocimientos ancestrales, tanto así que la cultura Kallawaya tiene un reconocimiento a nivel internacional, por lo que valdría la pena que la radio pueda ser el puntal, para que a nivel comunicacional, se pueda trabajar en una estrategia multisectorial con la participación de varios actores sociales de la región como Municipio, autoridades comunarias, agentes culturales (como artistas), padres de familia, etc. El objetivo central sería la promoción y preservación de la cultura utilizando diferentes mecanismos, uno de ellos, no menos importante es la radio, que se puede canalizar para producir espacios con un fuerte contenido cultural. La cultura Kallawaya está ausente en la actual parrilla programática, esa situación debe llamar la atención.

Se ha llegado a establecer que diferentes formatos pueden ser implementados en la radio, sobre todo considerando el rico acervo cultural del país, que se puede revitalizar por medio de la oralidad, a través de cuentos, leyendas, historias que surgen de la nación Kallawaya, es importante fortalecer el factor identitario, para que los jóvenes tengan un referente cultural más fuerte.

# PROPUESTA

## **X. REINGENIERÍA DE LA PROGRAMACIÓN RADIO KALLAWAYA**

### **10.1 Resultados de la investigación**

La reingeniería de la programación de radio Kallawaya comprende una serie de aspectos que parten del análisis de la actual programación de la emisora. En principio, se ha considerado de manera bastante profunda las diferentes conceptualizaciones sobre lo que debe entenderse *radio en general* y *radio comunitaria en particular*. Para luego ir concretizando las problemáticas que actualmente se relacionan con el trabajo cotidiano que desarrolla radio Kallawaya.

Se ha considerado el rol que debe cumplir una emisora comunitaria, en tanto condiciones que se deben allanar para hacer *cambios en el entorno de una sociedad*. Siendo que la radio comunitaria ha contribuido a transformaciones en el contexto de varios grupos sociales de manera efectiva, porque tiene una serie de particularidades que históricamente han sido valoradas por la sociedad en general, como por ejemplo participación, defensa de los derechos de la sociedad, reivindicación de los derechos humanos, comunicación horizontal, etc.

Según las características que posee la radio comunitaria en general, se puede asegurar con certeza que puede ser instrumentalizada de forma tal que facilite nuevas experiencias en cuanto a la *comunicación horizontal y participativa* encaminada al cambio de actitudes, para el caso del presente trabajo lograr cambios en Charazani con respecto a la cultura tradicional y la promoción de artistas de la región.

En este sentido, se han realizado varias tareas de investigación para llegar a la construcción de la propuesta. Una de las herramientas de planificación más importantes sin duda fue el diagnóstico.

La realización del diagnóstico ha permitido se puedan visibilizar una serie de problemáticas, de las que se han priorizado aquellas que en criterio de las personas que se han entrevistado, como también los encuestados y finalmente a partir de sistematización de

la observación directa, son las prioritarias para el mejoramiento de la programación de radio Kallawayá<sup>72</sup>.

#### GRÁFICO 14 PRINCIPALES PROBLEMAS PERCIBIDOS EN EL PRE DIAGNÓSTICO



Fuente: Elaboración propia en base al árbol de problemas

Como se puede apreciar en el gráfico, tres son los principales problemas identificados en radio Kallawayá, y que ameritan propuestas de solución para lograr su proyección a futuro como medio comunitario que está al servicio de los intereses de los habitantes de Charazani.

El primer problema está vinculado a la mínima participación social de parte de los actores sociales de Charazani en los contenidos y programación de la radio, por lo que se constituye en una situación preocupante, siendo que se trata de una emisora que en teoría debería ser altamente horizontal y participativa en la elección de contenidos para sus programas, siendo que presta servicios a una comunidad bastante pequeña en tanto número de habitantes. Esto se debe fundamentalmente a que las determinaciones que se asumen en la emisora son verticales, lo que ha repercutido negativamente en la programación, que se ha construido de manera unilateral. Por ello varios espacios están descontextualizados, siendo un principio fundamental para cualquier medio considerar a la audiencia en la

<sup>72</sup> Evidentemente hay una lista muy grande de tareas pendientes por hacer en radio Kallawayá, sin embargo hay que priorizar aquellas que sean urgentes. Una reestructuración en la programación es algo esencial para el medio, considerando que es la propuesta comunicacional hacia la audiencia.

dosificación de los contenidos, es la base porque la oferta comunicacional está enfocada a la misma.

Un segundo problema identificado se relaciona con la nula promoción de los artistas de la región en la programación de radio Kallawaya. Esta situación se puede evidenciar muy claramente, cuando en gran parte de los programas se emite música foránea, sobre todo la que viene del sur de la República del Perú. Esto trae una influencia negativa en los jóvenes especialmente, quienes están perdiendo el interés por la música autóctona de Charazani. Por ejemplo, en la realización de una de las encuestas, a la pregunta de si *reconocían algunos grupos tradicionales* la respuesta fue casi nula. Por otro lado, se ha podido evidenciar que los artistas y músicos de la región no reciben ningún apoyo de parte de las autoridades, menos de medios como radio Kallawaya, por lo que es preciso que se pueda trabajar de manera prioritaria en la reestructuración de la programación del citado medio, considerando que la música de la región es algo importante y prioritario.

Por último, el tercer problema identificado tiene que ver con el tema cultural. Muchos habitantes de esa región ni siquiera conocen, ni valoran la cultura ancestral Kallawaya, una de las más importantes del país, que ha sido reconocida a nivel nacional e internacional por su gran aporte a la humanidad; por ello es imprescindible su promoción y revalorización, porque día que pasa el problema es más angustiante, siendo que de a poco se pierde la identidad y las costumbres. Muchos saberes que poseen las personas mayores no se han plasmado en libros, ni en nada parecido, a veces se pierden por falta de atención. Por ello cultivar y promocionar la cultura de Charazani, a través de la radio es imperioso.

Se ha utilizado diversas técnicas de investigación para la determinación del diseño del proyecto, entre ellas la *observación directa*, que inicialmente ha viabilizado el planteamiento de algunas hipótesis con relación a los problemas identificados, mismas que se han cotejado con lo que ocurre en la realidad:

**CUADRO 16 CATEGORÍAS DE ANÁLISIS DE LA OBSERVACIÓN DIRECTA**

<u>CATEGORÍA DE ANÁLISIS</u>	<u>HIPÓTESIS</u>	<u>RESULTADO</u>
PROGRAMACIÓN DE RADIO KALLAWAYA	LA PROGRAMACIÓN NO TIENE UNA ADECUADA PLANIFICACIÓN	A partir de la observación y análisis de la programación de radio Kallawaya, se ha llegado a determinar que la misma no se planifica, es decir que existe bastante improvisación en su estructuración, siendo que las personas encargadas de esta tarea, no tienen una preparación adecuada al respecto. También se pudo corroborar que no hay espacios participativos, es de hacer notar que se tuvo que construir la programación, ya que no se ha brindado la programación de parte de los encargados.
LA PARTICIPACIÓN DE LA AUDIENCIA EN LOS PROGRAMAS DE RADIO KALLAWAYA	LA POBLACIÓN NO TIENE ACCESO A LA PARTICIPACIÓN DIRECTA EN RADIO KALLAWAYA	Como se ha podido constatar, no existe participación directa de la audiencia en la programación de radio Kallawaya. Existe apertura esporádica, en programas musicales, aún así algunas personas se sienten “discriminadas” porque no se complace las exigencias de la audiencia.
DIFUSIÓN DE LA CULTURA KALLAWAYA	HAY INTERÉS EN DIFUNDIR LA CULTURA KALLAWAYA A TRAVÉS DE LA PROGRAMACIÓN DE RADIO KALLAWAYA	Esta hipótesis ha sido totalmente desvirtuada, siendo que no hay espacios radiofónicos específicos que procuren reivindicar la cultura Kallawaya. Existen influencias foráneas que perturban la difusión de espacios culturales que reflejen la cultura y costumbres de

		Charazani.
PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA MÚSICA AUTÓCTONA DE LA REGIÓN	LA EMISORA PROMOCIONA LA MÚSICA DE LA REGIÓN	En el análisis de contenidos, se ha podido evidenciar de que no se promociona adecuadamente la música de la región, no existen espacios en los que se pueda promocionar adecuadamente el trabajo artístico de los artistas de Charazani

Fuente: Elaboración propia

## **10.2 Situación actual de la programación de Radio Kallawaya**

Se ha dividido en dos partes la revisión de la programación actual de radio Kallawaya en dos categorías de análisis: por un lado está la programación de lunes a viernes, por otro lado sábado y domingo. Esta división ha dado claridad sobre la forma en la que se ha construido la programación de la emisora, lo que ha posibilitado extraer algunas conclusiones preliminares.

### **10.2.1 Programación de lunes a viernes**

La programación de lunes a viernes tiene bastantes espacios informativos y de entretenimiento. Gran parte de los programas son simples retransmisiones de la señal satelital de radio Patria Nueva, y no así producción propia. Por otro lado, hay que señalar que en cuanto contenidos, los productores locales no hacen la respectiva planificación de sus programas, siendo que domina la *improvisación*. Los contenidos difundidos tampoco responden a la realidad de Charazani.

En el siguiente gráfico, se muestra una estadística de las 17 horas de programación que tiene radio Kallawaya de lunes a viernes. Se ha hecho una diferenciación entre producción local del medio y la que es retransmitida en el marco de los convenios con el Ministerio de Comunicación:

**GRÁFICO 15 PORCENTAJE DE PRODUCCIÓN PROPIA Y DE LA RED PATRIA NUEVA EN LA PROGRAMACIÓN DE RADIO KALLAWAYA DE LUNES A VIERNES**



Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar, la incidencia de la producción foránea en la programación es alta. Se podría considerar que radio Kallaway es una *repetidora de radio Patria Nueva*, porque sus programas ocupan un altísimo porcentaje dentro de la programación. No se está considerando en este análisis las transmisiones de obras que entrega habitualmente el Presidente Evo Morales, o actos políticos del Movimiento Al Socialismo, esto puede ocurrir a cualquier hora y en cualquier momento.

Ahora se va a presentar una revisión de los principales géneros radiofónicos<sup>73</sup> que se utilizan en la programación de radio Kallaway.

<sup>73</sup> Vamos a utilizar la clasificación clásica que divide a los géneros radiofónicos en tres: informativo, musical y dramático. Para algunos autores, esta clasificación es por lo contenidos.

**GRÁFICO 16 PRINCIPALES GÉNEROS RADIOFÓNICOS QUE SE UTILIZAN EN LA PROGRAMACIÓN DE LUNES A VIERNES EN RADIO KALLAWAYA**



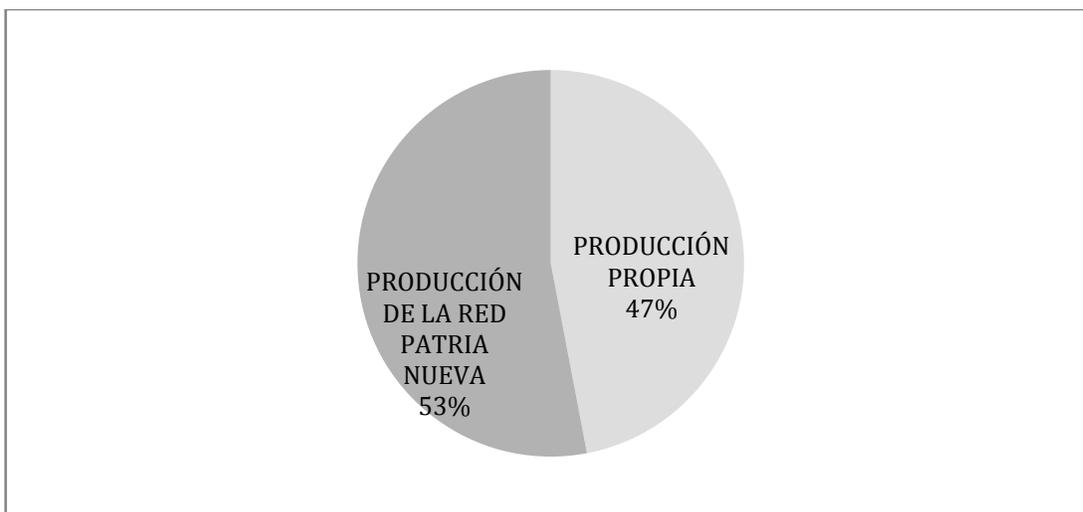
Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar en el gráfico, en la programación de lunes a viernes de radio Kallawaya, prevalece el género informativo, seguido muy de lejos del género musical expresado en programas de entretenimiento con contenidos que no representan a los artistas ni cultura de la región. Prácticamente es nula la producción de programas en el formato dramatizado que podrían tener un altísimo nivel de contenido educativo y respuesta favorable del público.

**10.2.2 Programación de sábado y domingo**

Tal y como ocurre en la programación semanal, de las 17 horas de programación de sábados y domingos 9 horas están destinadas a la producción de Radio Patria Nueva y 8 a la producción local como se puede ver en el siguiente gráfico:

**GRÁFICO 17 PORCENTAJE DE PRODUCCIÓN PROPIA Y DE LA RED PATRIA NUEVA EN LA PROGRAMACIÓN DE RADIO KALLAWAYA DE SÁBADO Y DOMINGO**



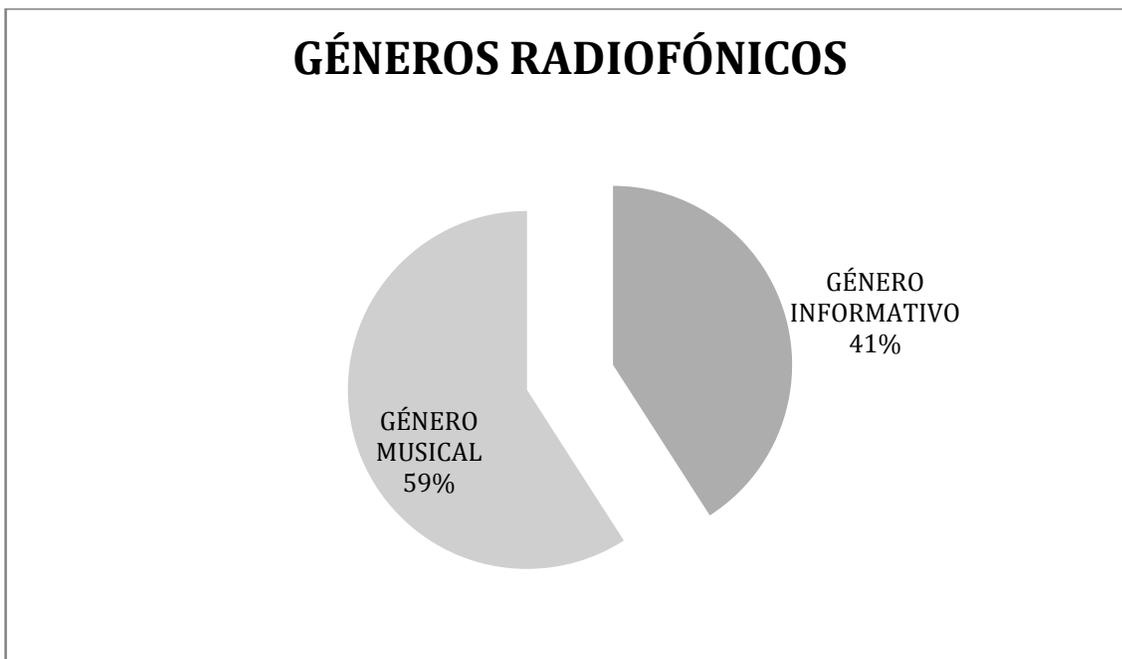
Fuente: Elaboración propia

No queda claro si es parte del convenio con el Ministerio de Comunicación la emisión de más del 50% de contenidos de la red Patria Nueva en la programación de radio Kallawaya. Si cotejamos con lo que ocurre de lunes a viernes se puede notar que el porcentaje de espacios cedidos es exactamente el mismo.

En cuanto a los géneros radiofónicos, se ha podido constatar que los contenidos de fin de semana son un poco más variados de parte de la red Patria Nueva, porque emite revistas musicales-informativas, donde prevalece el mensaje de contenido político por sobre todo.

En el siguiente gráfico se muestra en porcentajes el manejo de los géneros radiofónicos en fines de semana:

**GRÁFICO 18 PRINCIPALES GÉNEROS RADIOFÓNICOS QUE SE UTILIZAN EN LA PROGRAMACIÓN DE SÁBADO Y DOMINGO EN RADIO KALLAWAYA**



Fuente: Elaboración propia

Existe un equilibrio de dos géneros radiofónicos más acentuado en la programación de fines de semana, sin embargo nuevamente se puede notar que no existen contenidos en cuanto el género dramatizado y educativo, prevaleciendo los programas informativos y de entretenimiento. Sería interesante que los espacios informativos reflejen la realidad de Charazani, más por el contrario son parte de la cobertura periodística de otras regiones del país y a nivel internacional.

**10.2.3 Conclusiones preliminares con respecto a la programación de radio Kallawaya**

Haciendo un balance general de la información expuesta, y considerando la forma en la que está constituida la programación actual de radio Kallawaya, no se puede hablar de un manejo de la comunicación adecuado para la población de Charazani. Si se analiza la programación desde el punto de vista del enfoque *socio crítico*, se podría afirmar que radio Kallawaya es un medio funcional, no tiene casi nada de comunitario, situación que hay que corregir, porque el modelo debería partir de un altísimo nivel de horizontalidad.

Por su lado, si se analiza la programación desde el punto de vista de la teoría de la *comunicación participativa*, se puede aseverar de que los contenidos son poco participativos. Aunque hay que hacer notar que el término participación es muy amplio, en la actualidad ha adquirido gran importancia, sobre todo pensando en los retos que plantea la resolución de asuntos de interés colectivo que requieren del establecimiento de *consensos*, donde la radio puede ser una herramienta fundamental. Pero participación en este caso tiene que ver con libre expresión. Las personas tienen que participar de manera espontánea, sin limitaciones ni restricciones, ahí difunden su cultura, sus costumbres y su cotidianidad.

Asumiendo que una emisora comunitaria debe reflejar en su programación lo que la comunidad quiere escuchar, la construcción de su programación debe ser altamente *participativa*, se tienen que cimentar los diferentes bloques de programación pensando en ello. Por ello es importante que en el proceso de reingeniería de la programación de radio Kallawaya, se pueda implementar niveles altos de participación directa del ciudadano.

En materia de medios masivos populares y comunitarios (y en función a los postulados de la teoría de la comunicación participativa), la participación no solamente se basa en *abrir micrófonos para que la población pueda expresarse*, sino que supone el *compromiso de las personas para con el medio*, asumiendo que este va a representarles en cualquier circunstancia, en tal sentido la radio debe lograr generar condiciones para lograr un alto nivel de participación y compromiso social; en otras palabras la audiencia debe incidir en los contenidos que radio Kallawaya debe difundir.

Hay que considerar, de la misma forma, que los patrones culturales y tradiciones influyen en el establecimiento de un modelo de participación activa<sup>74</sup>. Una de las conclusiones de la observación directa, se centra en la determinación de la existencia de una suerte de *desconexión* entre la radio y la audiencia<sup>75</sup>, situación por demás preocupante. No hay siquiera una consulta a la población para que algún tipo de programa pueda insertarse en la

---

<sup>74</sup> En Charazani se usa la democracia ancestral y participativa, a partir de la elección de las autoridades originarias y el comité de ancianos.

<sup>75</sup> Las personas no quieren involucrarse de manera directa con radio Kallawaya, porque ven al medio como algo absolutamente lejano a su propia realidad.

*programación de radio Kallawaya*, o más por el contrario que directamente en algún programa de radio se pueda hablar de los problemas de los habitantes de Charazani en concreto, porque hay una suerte de *censura*, sobre todo si se hará referencia a un tema de orden político que afecte algunos intereses.

Para lograr el diseño de una nueva estructura de contenidos, se tiene que elaborar una programación que este acorde a la realidad y contexto de Charazani. La nueva programación de radio Kallawaya, tiene como base fundamental el logro gradual y paulatino de una amplia participación de la audiencia, tal como lo había señalado en su momento Mario Kaplún (2002: 57) aduciendo de que en la radio hay que incentivar a la participación de la audiencia:

“Los sectores populares no quieren seguir siendo meros oyentes; quieren hablar ellos también y ser escuchados. Pasar a ser interlocutores. Junto a la *comunicación* de los grandes medios concentrada en manos de unos pocos grupos de poder, comienza a abrirse paso una comunicación de base; una comunicación comunitaria, democrática”.

La *estrategia de reformulación* de la programación de radio Kallawaya ha considerado las siguientes premisas:

#### **CUADRO 17 PREMISAS PARA REFORMULACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DE RADIO KALLAWAYA**

<b>REVISIÓN DE LA PROGRAMACIÓN ACTUAL</b>
<b>ESTABLECIMIENTO DE CONDICIONES PARA LA REFORMULACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN</b>
<b>IMPLEMENTACIÓN DE LA NUEVA PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN</b>

FUENTE: Elaboración propia

Cada una de estas premisas tiene una importancia muy grande para el desarrollo del proceso de manera global, por lo que se tienen que desarrollar de manera secuencial y ordenada. Para el caso del presente proyecto, simplemente la labor culmina con la presentación de la propuesta, siendo que a futuro sería una tarea de los directivos de radio Kallawaya implementar el proyecto, y hacer un cronograma a mediano y largo plazo para el

establecimiento de los cambios en la programación. Se debe resaltar que la reformulación de la programación no será algo que se tenga que realizar de la noche a la mañana, sino que el medio debe contar con una serie de recursos (humanos, tecnológicos, materiales, etc.) para implementar el proyecto.

Partiendo de estos principios, entonces el modelo de trabajo del presente proyecto sería así:

## **REALIDAD DE RADIO KALLAWAYA – ANÁLISIS – PROPUESTA DE CAMBIO**

Estos preceptos han guiado el desarrollo de la propuesta comunicacional, que surge a partir de la utilización de una serie de herramientas metodológicas combinadas con los preceptos de la planificación de la comunicación.

### **10.2.4 La comunicación como componente transversal en el proceso de construcción de una nueva programación de radio Kallawaya**

La importancia de la comunicación en todos sus niveles para cualquier medio es fundamental, mucho más para radio Kallawaya que tiene fines y objetivos específicos. La comunicación para esta pequeña emisora de radio es una herramienta primordial, siendo que su función va mucho más allá de lo estrictamente informativo o el entretenimiento. Lo que finalmente se pretende, es difundir un mensaje que permita conseguir un propósito, de acuerdo a los principios que rigen el medio.

Los medios comunitarios además de constituirse en verdaderos *mediadores* entre el estado y la sociedad, son instrumentos de *transformación social*, quizá a largo plazo es una tarea que debe cumplir a cabalidad radio Kallawaya.

Hasta el presente han existido una serie de enfoques respecto a los métodos más idóneos para lograr ciertas condiciones reales de comunicación de un medio masivo para con su audiencia. Sin embargo, para fines del presente proyecto de grado, se ha optado por encaminar la *comunicación radiofónica* como una herramienta que coadyuve al cambio de

actitudes frente a la problemática de pérdida de valores culturales en la población joven de Charazani.

Por otro lado, como se ha señalado reiteradamente en este documento, es imperioso generar condiciones para lograr mayor *participación social* en el medio, no solamente para legitimar los contenidos, sino también para difundir la cultura kallawayana. Los habitantes de Charazani conocen, practican y pueden ser buenos difusores culturales.

Radio Kallawayana en este contexto debe consolidarse como una verdadera alternativa para la audiencia. Todo parte de la construcción de un proyecto comunicacional de largo alcance. Al respecto, el argentino Mario Kaplún en sus escritos, habla de dos caminos que en materia de comunicación se puede seguir: la comunicación democrática y dominadora. En esta parte, es bueno resaltar que se ha cotejado esta propuesta teórica con lo que actualmente ocurre en radio Kallawayana:

#### **CUADRO 18 CARACTERIZACIÓN DE LOS MODELOS DE COMUNICACIÓN COTEJADO CON EL TRABAJO ACTUAL DE RADIO KALLAWAYANA**

<b>ANÁLISIS PROPUESTO POR MARIO KAPLÚN</b>		<b>ANÁLISIS DE LO QUE OCURRE EN RADIO KALLAWAYANA</b>
<b>COMUNICACIÓN DOMINADORA</b>	<b>COMUNICACIÓN DEMOCRÁTICA</b>	<b>COMUNICACIÓN EJERCITADA EN RADIO KALLAWAYANA</b>
MONÓLOGO	DIÁLOGO	MONÓLOGO
PODER	COMUNIDAD	PODER
VERTICAL	HORIZONTAL	VERTICAL
UNIDIRECCIONAL	DE DOBLE VÍA	UNIDIRECCIONAL
MONOPOLIZADA	PARTICIPATIVA	MONOPOLIZADA
CONCENTRADA EN MINORÍAS	AL SERVICIO DE LA MAYORÍAS	CONCENTRADA EN MINORÍAS

Fuente: Elaboración propia en base a la propuesta de Mario Kaplún

Como se puede apreciar claramente, la forma en la que se está encarando el trabajo comunicacional en radio Kallawayana no coincide con un medio comunitario, más el modelo

se relaciona con el de la *comunicación dominante*, por lo que es necesario que a partir de una nueva programación, para que se pueda llegar a proponer niveles participativos más horizontales.

La globalización es un fenómeno inevitable que ha traído consigo una serie de efectos, positivos y negativos. De manera general ha incidido negativamente en la *cultura de los pueblos*, porque ha incorporado a la vida cotidiana una serie de patrones foráneos. Esto inclusive en algunos lugares ha sido determinante para la gradual desaparición de algunas culturas. Esta situación no es de ningún modo ajena a lo que ocurre en Charazani, donde no existen políticas de las instituciones públicas que tienen presencia en el lugar.

Como se ha podido constatar, la radio en vez de coadyuvar al fortalecimiento y revalorización de la cultura Kallawaya, más bien está enfocada en la procura de otros intereses (sobre todo de orden político). En tanto contenidos de programación no se tiene un horizonte claro (existe bastante improvisación). El impacto de lo anteriormente mencionado, se lo ha sintetizado de la siguiente manera:

### **GRÁFICO 19 PÉRDIDA DE VALORES CULTURALES**



FUENTE: Elaboración propia en base a trabajo de campo

Teniendo en cuenta que uno de los principios de desarrollo del presente proyecto es la reingeniería de la programación de radio Kallawaya, es preciso imbricar ello con la

perspectiva de lo que se entiende por *comunicación participativa* en función a los objetivos de la emisora.

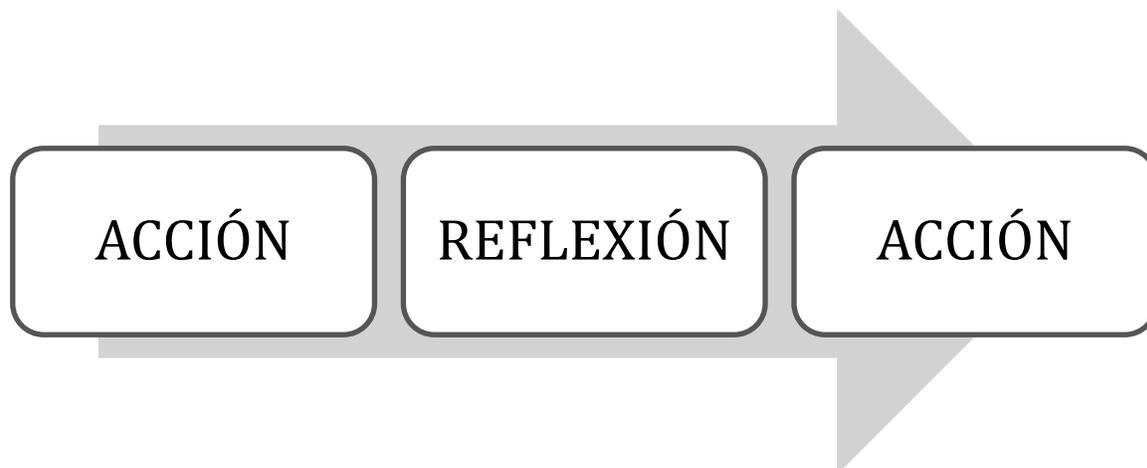
## GRÁFICO 20 PARTICIPACIÓN Y COMUNICACIÓN EN RADIO KALLAWAYA



FUENTE: Elaboración propia

Un modelo de *comunicación radiofónica* para radio Kallawaya, debería enfocarse en la interacción permanente con la audiencia. Se debe ir de lo estrictamente radiofónico a un acercamiento a la sociedad, a sus organizaciones vivas; llegar con un mensaje basado en el uso constante de la empatía (que se entiende como ponerse en el lugar del otro) en la producción de contenidos. Para plantear un modelo acorde al planteamiento del presente proyecto nuevamente vamos a acudir a las enseñanzas del profesor Mario Kaplún quien explica que un modelo de comunicación popular debería consignar tres elementos fundamentalmente:

## GRÁFICO 21 PRINCIPIOS PARA LA FORMULACIÓN DE UN MODELO DE COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA PARA RADIO KALLAWAYA

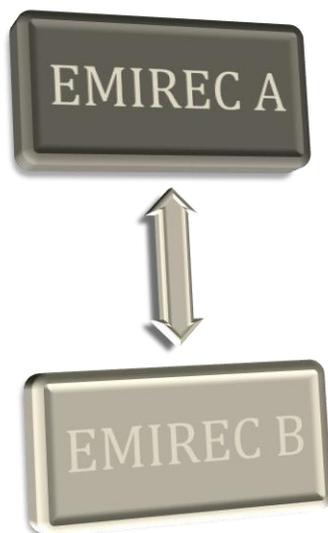


Fuente: Elaboración propia en base a la propuesta de modelo de comunicación popular de Mario Kaplún

Estos principios para la formulación de un modelo de comunicación radiofónica fortalecido por el trabajo de una serie de personajes celebres como el educador Pablo Freire, parten de la consideración de que la *educación popular* es vital para establecer vínculos estrechos entre un medio y su audiencia. Las experiencias en América Latina (como el de las radios mineras en Bolivia) han demostrado que existe la posibilidad cierta de que los receptores en determinadas circunstancias se puedan convertir en emisores. Aquí lo más importante es el proceso que se establece.

El modelo de comunicación radiofónica alternativo que se puede utilizar, en el marco del trabajo de radio Kallawaya, es el que fue propuesto por Jean Cloutier que se denomina "EMIREC", que significa que cualquier individuo que forma parte de un grupo social, puede ser en una determinada situación "emisor", como también "receptor"; en este contexto la concepción de Mario Kaplún sobre el receptor del mensaje cambia con respecto al modelo "autoritario" y concibe al mismo como: interlocutor.

Mario Kaplún en sus trabajos académicos ha graficado este modelo bidireccional de la comunicación de la siguiente manera:

**GRÁFICO 22 MODELO EMIREC PROPUESTO POR MARIO KAPLÚN**

Fuente: Elaboración propia en base al planteamiento de Mario Kaplún

Como se puede apreciar claramente, el modelo se basa en un proceso de ida y vuelta. En esencia es bastante democrático; sin embargo la pregunta que surge debería plantearse de la siguiente manera: ¿Cómo lo aplicamos en radio Kallawaya? Pueden existir múltiples respuestas, pero en el marco del diseño de la nueva programación se han considerado formatos que son altamente participativos, donde los ciudadanos pueden expresarse libremente.

Sin embargo, es bueno aclarar que sería imposible que la totalidad de la audiencia pueda participar de manera directa en los distintos espacios de radio Kallawaya, siendo que existen limitaciones de todo orden. Inclusive la misma tecnología no permite una interacción simultánea con un grupo grande de personas. Esto no quiere decir que no se pueda establecer un mecanismo que posibilite lograr un mejoramiento en los niveles de participación, no solamente de manera esporádica en los programas radiofónicos, sino también tienen que comprometerse con el proyecto global de comunicación radiofónica que propone el medio.

Otra de las estrategias que se pueden utilizar para optimizar los niveles de intervención directa de la audiencia (aplicando el modelo EMIREC), es que la radio pueda *salir del trabajo estrictamente radiofónico dentro de la cabina de radio*, al contacto directo con la audiencia en los barrios y comunidades, con transmisiones desde distintos sitios de Charazani, combinados con actividades *extra radiofónicas* como talleres, seminarios, auspicio a actividades de la comunidad etc.

Bajo esta concepción, cuando se hace referencia a los integrantes del equipo en la emisora, ya no se habla simplemente de un *locutor o trabajador de la radio* por ejemplo, sino más bien de un *comunicador radiofónico*, que es una persona mucho más integral en cuanto a sus conocimientos sobre la comunicación alternativa, popular y los procesos participativos.

El manejo apropiado de la comunicación es fundamental para radio Kallawaya, considerando que es un medio alternativo. Más allá de que los medios tradicionales consideren que la comunicación es *sinónimo de simple información*, se debe trabajar para que se puedan establecer circuitos de comunicación, diálogo, interacción e intercambio entre los miembros de la comunidad de Charazani. La comunicación es el mecanismo más viable para estructurar el sistema de gestión radiofónica en radio Kallawaya, como claramente lo señala Federico Varona<sup>76</sup>:

“La comunicación hace posible que la gente se organice, defina sus objetivos, ejecute sus tareas, comparta sus ideas, tome decisiones, resuelva problemas y genere cambios. Al mismo tiempo la comunicación hace posible que se crea un ambiente donde los individuos se sientan valorados como personas”.

Los niveles de comunicación se pueden establecer de la siguiente manera:

---

<sup>76</sup> Extraído de: <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2015/39/LAS-AUDITORIAS-DE-LA-COMUNICACION-ORGANIZACIONAL-DESDE-UNA-PERSPECTIVA-ACADEMICA-ESTADOUNIDENSE-Edicion-39.pdf>, página consultada el 05/05/2018.

## GRÁFICO 23 NIVELES DE COMUNICACIÓN PARA RADIO KALLAWAYA



FUENTE: Elaboración propia

La *comunicación interna* debe establecerse entre *los miembros del equipo de trabajo* de radio Kallawaya, para llegar a una mejor coordinación. Se hace necesario fomentar la participación y el compromiso entre los trabajadores (formales e informales) para con el medio. Atendiendo a estas consideraciones entonces, la capacitación (a partir de la realización de talleres intensivos) es algo imprescindible, para que el equipo pueda coordinar mejor las acciones del sistema de planificación. Los medios deben manejar muy bien sus relaciones internas y aquellas que de la misma se desprenden con el entorno en el que desarrollan sus actividades.

En relación con las implicaciones que tiene la *comunicación externa*, se debe aseverar que es importante que el medio pueda *contactarse de manera permanente con la audiencia* y con otras organizaciones sociales. Es decir que una emisora comunitaria se constituye en un ente *intermediador* entre la sociedad civil y las autoridades. La importancia de la *comunicación externa* reside en la necesidad de proyectar, promover y difundir mensajes. Además coadyuva a que un medio de comunicación pueda constituirse en un ente articulador que ayude a la solución de problemas, que gestione los mismos, siempre poniéndose al lado de la población. Para este cometido se debe elaborar en radio Kallawaya un *plan de comunicación externa*.

Las emisoras de radio son sistemas complejos que tienen un entramado de relaciones internas y externas. Parafraseando a Federico Varona se podría afirmar con certeza de que *la comunicación es el sistema nervioso de toda organización*, siendo que sin comunicación no puede haber funcionamiento de un medio radiofónico. En ese marco, se puede asegurar que de no existir un mecanismo de evaluación y mejoramiento, no se podría alcanzar la optimización del uso de la comunicación en todos sus niveles.

Los objetivos de comunicación para la reformulación de la programación de radio Kallawaya serían los siguientes:

- Definir los mensajes adecuados a la población de Charazani
- Priorizar el contacto con organizaciones sociales y personalidades para hacer una serie de producciones que aborden el tema cultural
- Establecer nexos con los artistas y músicos de la región, con el fin de coordinar acciones
- Procurar un correcto diseño de los mensajes
- Estudiar los mecanismos de evaluación adecuados para la correcta supervisión de los procesos de comunicación
- Asegurar el correcto funcionamiento de los canales de comunicación dentro de radio Kallawaya
- Establecer mecanismos que permitan un mejor relacionamiento con los diferentes actores sociales en Charazani

La comunicación en radio Kallawaya se debe ejercitar en diferentes instancias, para ello es importante utilizar mecanismos y estrategias adecuados para alcanzar objetivos institucionales.

### **10.3 Reingeniería de la programación de radio Kallawaya**

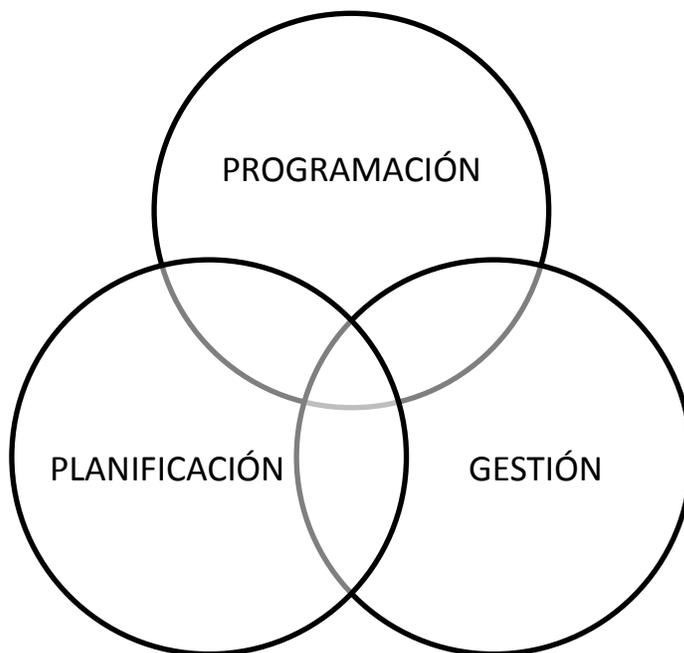
La reingeniería conceptualmente parte de la primicia de analizar, evaluar y modificar los procesos que se desarrollan dentro de una organización. Uno de los objetivos principales es la preparación de los sistemas organizativos hacia el futuro. El principio central de toda reingeniería es la *renovación de los procesos* que se llevan adelante en la organización para optimizar resultados.

Según las conclusiones del diagnóstico realizado sobre el trabajo que se desarrolla en radio Kallawaya, se debe responder a los siguientes desafíos:

- Optimizar de manera adecuada el uso de sus recursos
  
- Identificar las necesidades comunicacionales que se pueden reconocer en el contexto de trabajo, siendo que un medio comunitario debe responder a los requerimientos de la comunidad
  
- Mejorar el rendimiento interno del personal a nivel de preparación y entrenamiento con la planificación adecuada de mensajes
  
- Orientar su programación a la promoción de la cultura Kallawaya
  
- Crear espacios radiofónicos para promocionar a los grupos autóctonos de la región
  
- Ofrecer productos comunicacionales de calidad

Sintetizando lo señalado, la propuesta de reingeniería de la programación de radio Kallawaya parte de la combinación de los siguientes elementos:

## GRÁFICO 24 ELEMENTOS QUE COMPONEN EL PROCESO DE REINGENIERÍA DE LA PROGRAMACIÓN DE RADIO KALLAWAYA



FUENTE: Elaboración propia

La composición adecuada de esta trilogía de elementos puede coadyuvar a un mejoramiento significativo del medio en el mediano plazo, para construir una organización pueda ser sostenible, es decir que el proyecto pueda permanecer en el futuro.

Un eje transversal es *la comunicación*, que será imprescindible en el desarrollo del proceso de formulación de una nueva programación en radio Kallawaya. De la buena gestión de la *comunicación* dependen los resultados esperados en el proceso. Se debe optimizar los procesos de comunicación tanto a nivel interno, como externo, de tal manera que se logre una transformación de la situación deseada en una situación real.

El diseño de *la gestión radiofónica* para radio Kallawaya es una tarea *permanente, flexible e integral*. El proceso se debe basar en todo momento en la realidad de Charazani, su contexto y cultura. Es preciso enfatizar que en su calidad de radio comunitaria requiere de la implementación de estrategias comunicacionales que consideren aspectos de orden político, social y cultural, con énfasis en las transformaciones sociales.

Una situación que hay que tomar en cuenta, es que los medios inciden fuertemente en la realidad de los países y regiones donde desarrollan su trabajo, siempre y cuando exista corresponsabilidad entre los miembros de la comunidad. La implementación de una nueva programación y su éxito futuro depende en gran medida de una buena gestión en el medio.

La situación futura deseada, a partir de la implementación de una nueva programación en radio Kallawaya, parte de los siguientes supuestos:

- Que la radio sea un referente comunicacional en Charazani
- Que la emisora pueda informar de manera imparcial
- Que el alcance del medio pueda traspasar las fronteras del municipio, para difundir la realidad de Charazani
- Que los dirigentes, población y autoridades puedan participar en los programas
- Que los jóvenes tengan espacios para difundir sus inquietudes
- Que se difunda ampliamente la cultura Kallawaya
- Que exista una mayor apertura a los músicos de Charazani

Un potencial muy grande para radio Kallawaya, es que la emisora pueda lograr que los actores sociales puedan involucrarse en la construcción de mensajes, que ofrezcan contenidos relacionados a la cultura, tradiciones y realidad de la región. Aquí saber utilizar la *empatía* es fundamental.

A partir del establecimiento de una nueva programación en radio Kallawaya, se puede lograr la proyección del medio para que sea un verdadero referente en la región. De esta manera se puede conseguir que las condiciones mejoren para la proyección de los artistas, grupos autóctonos y cultura Kallawaya:

## GRÁFICO 25 RADIO KALLAWAYA Y SU PROYECCIÓN COMO REFERENTE



Fuente: Elaboración propia

No solamente como medio de comunicación se debe lograr una proyección a nivel local, nacional e internacional, sino también radio Kallawaya debe constituirse como una institución sólida (que sea sostenible en el tiempo). Es importante en este contexto trabajar un diseño de *comunicación organizacional* adecuado como se ha señalado antes.

Por la configuración de la sociedad en Charazani, basada en organizaciones sociales e indígenas, la implementación de un equipo compuesto por *reporteros populares* es vital. La programación de radio Kallawaya no puede dejar de lado el trabajo del *reportero popular*, quien no persigue obtener ganancias por su trabajo, sino coadyuvar al progreso y desarrollo de su región. Para lograr este cometido, es necesario que se gestione mecanismos de capacitación para crear puentes de diálogo y gestionar la aparición de nuevos liderazgos.

## GRÁFICO 26 REPORTEROS POPULARES



Fuente: Elaboración propia

Los *reporteros populares* serán los que coadyuven a la producción de programas, especialmente de noticias, culturales, musicales y del género dramático. Los contenidos deben basarse en el aporte de este equipo de trabajo. Ello abrirá la posibilidad de ofrecer en la programación asuntos de interés dirigidos hacia lugares de la Provincia Bautista Saavedra donde otros medios no tienen cobertura. La construcción de un equipo de estas características, se constituye en un elemento imprescindible en el proyecto, el mismo servirá para aplicar los preceptos de la comunicación participativa en la programación.

El relacionamiento directo con la población deberá enfocarse en la construcción de un tejido de relaciones organizacionales, que tenga como sustento la edificación de contenidos en el marco de la nueva programación radiofónica.

Otro aspecto que se debe tener presente, tiene que ver con el potenciamiento técnico de radio Kallawaya, esto va ligado al alcance real que puede llegar a tener el mensaje. Si no hay condiciones técnicas apropiadas para la difusión, no tendría sentido la reestructuración de la programación. La capacidad actual de los transmisores (de 100w) no logra satisfacer los requerimientos de poblaciones dispersas en el municipio.

Según los testimonios de los propios trabajadores de la radio, la cobertura abarca con ciertas dificultades a casi un 70% del territorio de Charazani. Es evidente que las condiciones ambientales y geográficas a veces no siempre son muy favorables para que la potencia de los transmisores pueda abarcar lugares remotos, pero es algo necesario renovar los equipos de transmisión, para que se pueda llegar con programas especiales dirigidos a las minorías dispersas en esta región altiplánica, no simplemente a los lugares más poblados.

Por otra parte, y como resultado del diagnóstico y observación directa, se debe hacer notar que en radio Kallawaya no existe un *departamento de producción* que pueda coadyuvar a la preparación de productos comunicacionales, en el marco del planteamiento de la nueva programación. En la actualidad solamente se cuenta con el equipo de transmisión que debe ser apagado para realizar producción (se utiliza la computadora y consola de la cabina de transmisión). Esta situación perjudica de manera significativa la preparación de contenidos, siendo que un medio debe promocionar debidamente sus programas y producir de la misma forma productos comunicacionales. La producción permanente en la radio permite alcanzar crecimiento del medio, por ello es imprescindible que radio Kallawaya tenga un departamento de producción con un equipamiento mínimo.

Como se ha visto anteriormente, gran parte del contenido que se difunde actualmente en la radio es de *orden periodístico*, pero elaborado por Radio Patria Nueva y su red de emisoras afiliadas. En radio Kallawaya no existe un *departamento de prensa* con equipamiento adecuado, considerando que se pretende implementar la modalidad de *reporteros comunitarios*, se debería construir un ambiente apropiado para que muchos potenciales colaboradores que vienen a Charazani (desde comunidades remotas) puedan ayudar en la producción de contenidos.

El factor económico es determinante para cualquier proyecto. Una radioemisora con un buen equilibrio económico (tanto de ingresos y egresos), puede ofrecer productos comunicacionales de calidad. Se requiere del aporte de profesionales bien pagados que puedan elaborar programas con contenido. Sin embargo, la realidad de radio Kallawaya es

un tanto dramática en este sentido, casi todo el personal *trabaja de manera gratuita*, por lo que se hace necesario elaborar un *programa de entrenamiento y capacitación*, considerando que muchos de los colaboradores son reporteros populares que no han tenido la oportunidad de estudiar en aulas universitarias (ni de recibir cualquier otro tipo de formación respecto a la radio), solamente guían su accionar por la misma práctica. No se puede conocer a ciencia cierta si es efectivo o no el resultado de su trabajo (para ello hace falta implementar mecanismos de evaluación).

### GRÁFICO 27 CAPACITACIÓN PARA EL PERSONAL DE RADIO KALLAWAYA



FUENTE: Elaboración propia

Como se puede apreciar, la elaboración de un *programa de capacitación permanente* es algo urgente. Siendo que puede ayudar para que radio Kallawaya pueda perfeccionar sus productos comunicacionales, de esta manera se puede gestionar mejor los contenidos, para que los jóvenes y otros grupos sociales se puedan identificar con los mensajes.

La capacitación no solamente se debe centralizar en lo comunicacional, sino que debería abarcar la parte *administrativa-financiera*, para que el personal de la radio pueda gestionar

recursos y tomar previsiones para la generación de los mismos. No solamente la publicidad comercial puede ser la única fuente de ingresos, sino que a partir de alianzas estratégicas, se pueden elaborar proyectos con otro tipo de organizaciones, esto puede fortalecer el proyecto de manera significativa.

El *programa de capacitación permanente* debería considerar los siguientes contenidos mínimos:

- Lenguaje radiofónico
- Géneros y formatos radiofónicos
- La locución en la radio comunitaria
- Producción de programas de radio
- Administración y gestión de medios comunitarios
- Periodismo comunitario
- Planificación y gestión de proyectos comunitarios
- Contabilidad en la emisora comunitaria
- Producción radiofónica
- Marketing y publicidad

Estos contenidos deben ser trabajados en una serie de talleres y eventos especiales. Esta tarea requiere de la firma de acuerdos con organizaciones sociales, no gubernamentales e instituciones del estado para el financiamiento y desarrollo de los mismos. Implementar este programa es muy importante para radio Kallawaya, ya que la capacitación es la base del éxito que pudiera tener cualquier proyecto radiofónico.

### **10.3.1 Propuesta de reingeniería de radio Kallawaya**

Gestionar la programación de una radio comunitaria es una tarea bastante complicada, siendo que requiere de personal convenientemente capacitado en materia de comunicación, planificación y ejecución de proyectos. También es preciso garantizar continuidad en el proceso, siendo que los resultados se podrán visualizar a mediano plazo.

El *equipo de trabajo* es un componente altamente estratégico, porque de su buen desempeño depende que se pueda optimizar los resultados. La ejecución de la planificación es responsabilidad del equipo de trabajo, debe existir una buena coordinación en el trabajo, excelente comunicación y respeto. Los integrantes del *equipo de trabajo* deben conocer la realidad de Charazani, su constitución organizacional, su cultura, sus artistas y grupos autóctonos.

El enfoque de trabajo se debe encaminar al logro de altos niveles de participación de la audiencia, reporteros populares y organizaciones sociales. La orientación que se debe utilizar es de la *comunicación alternativa-participativa* con énfasis en lo *comunitario*.

Realizar el proceso de reingeniería en radio Kallawaya no es un trabajo enteramente técnico, sino que tiene que ver con los procesos y dinámicas que se llevan adelante en la labor cotidiana de un medio de comunicación, todo depende del enfoque comunicacional que se aplique. Es necesario que se pueda realizar una evaluación permanente, para realizar los reajustes necesarios en función a los requerimientos del contexto en el que se desenvuelven.

Se debe concebir al *equipo de trabajo* como unidad que persiga el mismo horizonte, procurando desempeñar sus funciones de manera armónica con compromiso. Actualmente el equipo de colaboradores más estables con la radio son las siguientes personas:

- FELICIANO PATTY PROGRAMA PACHAWAN CUSA PURINA
- VIDAL GONZALES LOCUTOR OPERADOR
- GROVER CASTRO LOCUTOR

Como se puede apreciar, el equipo que actualmente apoya al trabajo de la emisora es reducido, por lo que hace falta fortalecer el mismo. Aquí el aporte de *reporteros populares* será fundamental para que esta propuesta sea factible.

El equipo mínimo con el que debería iniciar el proyecto es el siguiente:

- 4 Locutores estables
- 3 Operadores
- 6 Reporteros populares
- 1 Técnico
- 2 Colaboradores en el área administrativa

A partir de la conformación de este equipo, se tiene que organizar un sistema de trabajo que permita optimizar los resultados en radio Kallawaya, ello es fundamental para la ejecución del proyecto. En función al paradigma socio-crítico y los postulados de la comunicación participativa, el modelo de sistema orgánico y niveles de coordinación debería ser el siguiente:

**GRÁFICO 28 MODELO DE SISTEMA ORGÁNICO Y NIVELES DE COORDINACIÓN EN RADIO KALLAWAYA**



FUENTE: Elaboración propia

Entre los mecanismos de comunicación se deben aplicar los principios del modelo EMIREC, tanto con en el relacionamiento con la audiencia, como al interior del equipo de

trabajo. EMIREC se centraliza en una comunicación más personalizada, donde se tiene que establecer un lazo entre el emisor del mensaje y el receptor del mismo. En este contexto, la horizontalidad en el manejo de la comunicación a todo nivel es algo esencial y muy importante, pues si no se aplican los principios rectores de la comunicación participativa, no se podría alcanzar los objetivos planteados en el presente proyecto de grado.

En planificación existen una serie de alternativas que se pueden utilizar, sin embargo, se tiene que adoptar un sistema de planificación adecuado para la implementación y seguimiento de la nueva programación de radio Kallawaya. Al respecto se plantea el siguiente modelo:

**CUADRO 19 MATRIZ DE PLANIFICACIÓN PARTICIPATIVA PARA LA IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA PROGRAMACIÓN EN RADIO KALLAWAYA**

<b>MATRIZ DE PLANIFICACIÓN PARTICIPATIVA PARA LA IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA PROGRAMACIÓN EN RADIO KALLAWAYA</b>			
<b>MEDIOS PARA LA EJECUCIÓN</b>		<b>SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN</b>	
- Recursos	a) Humanos	- Evaluación	- Sumativa
	b) Técnicos		- Formativa
	c) Financieros		

FUENTE: Elaboración propia

La planificación participativa con enfoque en la formulación e implementación de una nueva programación en radio Kallawaya, fijará el curso de acción organizacional de la emisora, en función al logro de objetivos (por ello es importante plantearlos de manera cuidadosa); por lo anteriormente mencionado, es preciso utilizar un mecanismo de seguimiento y evaluación para sistematizar los alcances del trabajo.

Lo anteriormente expuesto demuestra que los mecanismos de evaluación y seguimiento son importantes para comparar: lo alcanzado con lo propuesto; asimismo es una medida de la

capacidad organizacional para analizar su potencial de incidencia en algunos asuntos o acciones propuestas, para mantener o modificar en su caso lo planificado.

El proyecto deberá implementarse en tres fases (cada una con un conjunto de actividades), que se deben planificar adecuadamente, para que en el lapso de tres años se pueda contar con contenidos totalmente renovados en radio Kallawaya.

Sistematizando la información recopilada en el proceso de investigación del presente trabajo, la nueva programación de radio Kallawaya debería considerarse lo siguiente:

#### **CUADRO 20 FRANJAS HORARIAS EN LA NUEVA PROGRAMACIÓN DE RADIO KALLAWAYA**

N°	HORARIO
1	MADRUGADA (05:00 h. 06:00)
2	MAÑANA (06:00 h. a 12:00 h.)
3	MEDIODÍA (12:00 A 14:00 h.)
4	TARDE (14:00 a 18:00 h.)
5	NOCHE (18:00 A 22:00 h.)

Fuente: Elaboración propia en base a la propuesta de María Gutiérrez y Amparo Huertas

La franja horaria que actualmente tiene más audiencia dentro de la programación actual, es de la madrugada hasta mediodía, por lo que los *contenidos clave* deben ingresar en esos horarios. Por la tarde, y parte de la noche, las personas realizan diversos tipos de actividades por lo que reduce el interés por escuchar la radio.

Si se hace referencia a la categorización de la nueva programación, esta debe ser de carácter generalista, por las características que tiene radio Kallawaya y la diversidad de contenidos que se deben implementar en la programación. La propuesta de reingeniería de la programación de radio Kallawaya en la primera fase es la siguiente:

## CUADRO 21 PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN PARA RADIO KALLAWAYA FM 99.9

DÍAS: LUNES A VIERNES

GESTIÓN 2019

HORAS	DURACIÓN	PROGRAMA	GÉNEROS	FORMATOS
05:00 – 07:00	2:00´	Encuentro de los pueblos	Informativo Musical	Nota simple Entrevista Mesa redonda Sondeo de opinión Debate Sugerencias musicales Solicitudes musicales
07:00 – 08:00	1:00´	Actualidad provincial (noticiero)	Informativo	Noticiero Entrevista
08:00 – 09:00	1:00´	Noticiero Red Patria Nueva	Informativo	Noticiero
09:00 – 12:00	3:00´	Contacto Kallawaya	Informativo Musical	Nota simple Entrevista Mesa redonda Sondeo de opinión Debate Sugerencias musicales Solicitudes musicales Frente a frente El invitado especial Historia de las canciones Sugerencias Unidad móvil
12:00 – 13:00	1:00´	Noticiero Actualidad provincial (segunda edición)	Informativo	Noticiero Entrevista
13:00 – 14:00	1:00´	Noticiero Red Patria Nueva	Informativo	Noticiero
14:00 – 15:00	1:00´	El vecinal	Revista miscelánea	Nota simple Entrevista Mesa redonda Sondeo de opinión Debate Sugerencias musicales Solicitudes musicales Frente a frente El invitado especial Historia de las canciones Sugerencias Defensoría social Radio consultorio
15:00 – 17:00	2:00´	Kheni taki Kallawaya (lo mejor de la música Kallawaya)	Musical	Solicitudes musicales El invitado especial Historia de las canciones Mano a mano Sugerencias

17:00 – 18:00	1:00´	Kawsay sapinchis (nuestra cultura)	Informativo Musical Dramatizado	Mesa redonda Comentario Entrevista Testimonio El cuento Adaptación literaria Radioteatro El sketch
18:00 a 19:00	1:00´	Noticiero Actualidad provincial (tercera edición)	Informativo	Noticiero Entrevista
19:00 a 20:00	1:00´	Noticiero Red Patria Nueva	Informativo	Noticiero
20:00 a 22:00	2:00´	Llaqta taki (música del pueblo)	Musical	Solicitudes musicales El invitado especial Historia de las canciones Mano a mano Sugerencias
22:00		Cierre de emisión		

## DÍAS: SÁBADOS Y DOMINGOS

GESTIÓN 2019

HORAS	DURACIÓN	PROGRAMA	GÉNEROS	FORMATOS
05:00	5	Inicio de emisión		
05:00 – 08:00	3:00´	Hampi yachayninchis (nuestros saberes medicinales)	Informativo Musical Dramatizado	Nota simple Entrevista Mesa redonda Sondeo de opinión Debate Sugerencias musicales Solicitudes musicales Frente a frente El invitado especial Historia de las canciones Sugerencias Defensoría social Radio consultorio Sketch Radio novela
08:00 – 09:00	1:00´	Noticiero Red Patria Nueva	Informativo	Noticiero
09:00 – 12:00	3:00´	Kawsay sapinchis (nuestra cultura)	Informativo Musical Dramatizado	Mesa redonda Comentario Entrevista Testimonio El cuento Adaptación literaria Radioteatro El sketch
12:00 – 13:00	1:00´	Noticiero Red Patria Nueva	Informativo	Noticiero
13:00 – 15:00	2:00´	Llaqta taki (música del pueblo)	Musical	Solicitudes musicales El invitado especial Historia de las canciones Mano a mano

				Sugerencias
15:00 – 18:00	3:00´	Panorama deportivo de Charazani	Informativo	Entrevista Debate Mesa redonda Unidad móvil
18:00 – 22:00	4:00´	Kheni taki Kallawaya (lo mejor de la música Kallawaya)	Musical Informativo	Nota simple Entrevista Mesa redonda Sondeo de opinión Debate Sugerencias musicales Solicitudes musicales Frente a frente El invitado especial Historia de las canciones Sugerencias Defensoría social Radio consultorio
22:00		Cierre de emisión		

Fuente: Elaboración propia en base a la sistematización de la información del trabajo de campo

Esta programación debe ser permanentemente monitoreada, para que se pueda hacer las mediciones correspondientes que permitan ver el grado de efectividad para con la audiencia de Charazani. En caso de determinarse la necesidad de *cambios y ajustes*, el procedimiento debe ser totalmente flexible. Para la segunda y tercera fase se tiene que realizar los ajustes, para que en el lapso de tres años aproximadamente se puedan realizar los cambios definitivos correspondientes, considerándose la prioridad en los contenidos de promocionar la cultura Kallawaya y a los artistas y grupos autóctonos de la región.

## **XI. CONCLUSIONES**

Al finalizar el presente trabajo, se debe resaltar la trascendencia que tienen las emisoras comunitarias en el mundo, particularmente en un contexto como el de Charazani, considerando la existencia de una población muy rica en cultura y tradiciones como la Kallawaya. Uno de los problemas sociológicos centrales que se ha llegado a determinar, tiene que ver con la pérdida gradual de los valores culturales. El segmento de la población más afectado es la juventud., por ello se hace necesario que se pueda plantear nuevos modelos de comunicación inclusiva y participativa, que coadyuven a que se preserve el valor que tiene la cultura Kallawaya y además se revalorice a los artistas y grupos autóctonos de la región.

Uno de los medios de comunicación más importantes de Charazani es radio Kallawaya, siendo que tiene una indiscutible incidencia en la población de la región. Proponer la reingeniería de la programación del citado medio de comunicación comunitario ha sido una tarea bastante compleja, porque se necesita de una serie de recursos y el apoyo de un equipo de trabajo compacto, que tenga como guía principios esenciales como la comunicación participativa para el cambio social. Además, como se ha visto a lo largo del proceso de investigación, es necesario el establecimiento de un sistema de planificación adecuado, porque ayuda a que se pase de lo desconocido a lo previsible, en el marco de la realización de las actividades que se tienen que realizar para la ejecución del presente proyecto de grado.

En este sentido, y a partir de la utilización de una serie de herramientas de investigación, se ha llegado a establecer que es factible la propuesta, en tanto se puedan involucrar organizaciones sociales y entes que forman parte de la realidad de Charazani en el proyecto. Se ha visto una preocupación de parte de dirigentes sociales y autoridades, para que radio Kallawaya se constituya en un referente para la población en general, que coadyuve al debate y solución de problemas. En este contexto, radio Kallawaya tiene un gran potencial para coadyuvar a generar cambios en Charazani, revalorizar su cultura y reivindicar el trabajo artístico de los músicos y grupos autóctonos de la región, además de constituirse en una verdadera herramienta que puede contribuir a generar cambios y promover en la medida de lo posible el desarrollo de Charazani.

Como parte del proceso a largo plazo, se ha planteado que a futuro radio Kallawaya pueda constituirse como un referente, una verdadera *escuela radiofónica* que coadyuve a la formación en emisoras comunitarias y comunicación popular en Bolivia.

Se tiene que implementar y ampliar paulatinamente el número de *reporteros populares* que puedan fortalecer el trabajo de radio Kallawaya, a partir de los principios de la comunicación participativa, el modelo EMIREC (aplicado a los contenidos) y la horizontalidad en la forma de difundir los mensajes, tal y como lo había planteado Mario Kaplún hace ya varios años.

El equipo de trabajo es central para el desarrollo del proyecto, todos los integrantes del mismo deben conocer a profundidad los principios que rigen a los medios comunitarios. También es necesario articular con otros entes a la emisora para que se pueda innovar en la manera de conseguir recursos económicos para fortalecer el trabajo que se lleva adelante.

La población está dispuesta a colaborar con la radio, siempre y cuando se convierta en una herramienta idónea que defienda los intereses e inquietudes de los habitantes de la región. La programación propuesta es de carácter generalista, tiene la posibilidad de instrumentalizar una serie de formatos radiofónicos, por lo que conviene asumir un compromiso serio en cuanto a su implementación y posterior evaluación, esta debe satisfacer en todo momento los requerimientos comunicacionales de la población de Charazani.

## **XII. RECOMENDACIONES**

Según lo que se ha llegado a establecer a partir de la realización de la presente propuesta, se puede realizar las siguientes recomendaciones, para que en un futuro, otros investigadores puedan estudiar el mismo objeto de estudio desde otras perspectivas:

- Estudiar el impacto de las nuevas tecnologías en el trabajo de las emisoras comunitarias, para establecer si coadyuvan a un mejoramiento de los procesos de comunicación es algo urgente. Para el caso de radio Kallawayá es complejo realizar este análisis, siendo de que se trata de un área rural muy lejano a los grandes centros urbanos, donde no existe un acceso pleno a la tecnología. Sin embargo en otras regiones de Bolivia, muchos pequeños medios están inmersos en el mundo tecnológico, por lo que es urgente se pueda realizar ese estudio.
- Determinar si la comunicación participativa puede aplicarse a los medios comerciales, es un asunto todavía pendiente de un estudio y análisis, siendo que

no se conoce a ciencia cierta si pueden convivir dentro de un mismo sistema dos posturas teóricas que en sus postulados son antagónicas.

- Otro asunto que se desprende del análisis realizado, a partir del presente proyecto de grado, tiene que ver con la sostenibilidad de los medios comunitarios. Muchos de ellos han optado por ofrecer contenidos híbridos, vender espacios, o alinearse al tipo de trabajo que realizan los medios tradicionales. Por lo anteriormente mencionado, sería fundamental estudiar el impacto que tienen estas dinámicas en la calidad de mensaje, y en la pérdida de esencia de la comunicación comunitaria.

## **XI. BIBLIOGRAFÍA**

AGUILAR, María José, Fresno, José Manuel y Ander-Egg, Ezequiel. (2001). Cómo elaborar proyectos para la Unión Europea. Madrid: Editorial CCS.GÓMEZ Galán,

ALDUNATE, Eduardo (et. al.). Formulación de programas con la metodología del marco lógico. Serie Manuales CEPAL. Ed. NNUU. Santiago de Chile. 2011

AMARC África y Panos África Austral. "What is Community Radio". 1998

CABAÑERO Verzosa, Cecilia. Comunicación estratégica para proyectos de desarrollo. Ed. Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/Banco Mundial. Estados Unidos de América. 1999

CEBRIÁN HERREROS, Mariano. "Información radiofónica". Mediación técnica, tratamiento y programación. Ed. Síntesis. Madrid, España. 1995

CEBRIÁN HERREROS, Mariano. "La radio convergencia multimedia". Ed. Gedisa. Barcelona, España. 2001

CASTRO, Pedrozo Edinson. "Así se diseñan los programas de radio". Ed. Universidad del Zulia, 2da ed. Maracaibo, Venezuela. 2012

CIPPEC. Manual para la formulación de proyectos en organizaciones comunitarias. S/E. Buenos Aires. 2008.

Cunill, N. "Participación ciudadana, dilemas y perspectivas para la democratización de los Estados Latinoamericanos. Ed. CLAD. Caracas, Venezuela. 1991

DELGADO, José Víctor. Planificando estratégicamente. Windmills International Editions. California, USA. 2015

DOBLES, Badilla Ricardo. "Escuela y Comunidad". Ed. Universidad Estatal a distancia. San José, Costa Rica. 1990

FAO. Manual diseño participativo para una estrategia de comunicación. Ed. FAO. 2da ed. Roma, Italia. 2008

GRINBERG, Máximo. "Comunicación Alternativa y cambio social: América Latina". Ed. Universidad Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. México D.F., México. 1981

HURTADO DE BARRERA, Jacqueline. Metodología de la investigación. Ed. Fundación Cypal. 3ra. ed. Caracas, Venezuela. 2000

ILPES. Guía para la presentación de proyectos. Ed. Siglo XXI. Vigésimoséptima edición. México D.F., México. 2006

IZQUIERDO Castillo, Jéssica. "Teoría de la programación de radio y televisión". Ed. Universitat Jaume. Castelló de la Plana, España. 2016

ORTEGÓN, Edgar (et. al). ILPES. Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas. Ed. NN.UU. Santiago de Chile. 2005

LIBAERT, Thierry. El plan de comunicación organizacional. Ed. Limusa. México D.F., México. 2005

LEWIS, Peter y Booth, Jerry. El medio invisible. Radio pública, privada, comercial y comunitaria. Edit. PAIDOS. España, 1992

LÓPEZ Vigil, Jose Luis. Manual urgente para radialist@s apasionados. Quito, Ecuador. 1997

MENÉNDEZ, Prieto Dolores (et. al). El plan de comunicación hospitalario: herramienta de gestión sanitaria. Ed. Club Universitario. Alicante, España. 2009

MERAYO Pérez, A. (2000). *Identidad, sentido y uso de la radio educativa*. Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca.

MATA, M. (s.f.). La radio: una relación comunicativa. En: *Diálogos de la comunicación*. Quito: Norma

MORENO, Elsa. "Las radios" y los modelos de programación radiofónica, en revista científica *Comunicación y Sociedad* N°1 2005. Pamplona, España. 2005

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, Política Social y Deporte de España. (2011). *La música en la radio*. [en línea] [Recuperado 28 de septiembre de 2011]. Obtenido de <https://ingeniusmusic.wordpress.com/2011/09/28/la-musica-en-la-radio/>

MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES. Metodología de Evaluación de la Cooperación Española II. Ed. Torreangulo arte gráfico. Madrid, España. 2001  
PAOLI, José Antonio. Comunicación e información. México. Ed. Trillas – UAM, 1979  
PRIETO castillo, D. (1990) Diagnóstico de la comunicación. CIESPAL. Quito, Ecuador.

MERINO, M. “La participación ciudadana en la democracia”. IFE. Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, N°4. México D.F., México. 1995

MARTÍ, Martí Joshep María. "Modelos de programación radiofónica". Ed. Feed-Back. Barcelona, España. 1990

MANUEL y Sainz Ollero, Héctor. El ciclo del proyecto de Cooperación al Desarrollo. 2008

Méndez Sordo, Marisa. (2004). Patrocinio de los proyectos de desarrollo social. CIDEAL. Madrid, España. 2006

NASHE. (2013). *Visita a la radio*. [en línea] [Recuperado 26 de octubre de 2014]. Obtenido de <http://radiosakura.blogspot.com/>

PRIETO castillo, D. (1998). El autodiagnóstico comunitario e institucional. HVMANITAS. Buenos Aires, Argentina.

PATIÑO Mesa, G. (2013). *Conversas arte memoria y comunicación/educación para el desarrollo*. [en línea] [Recuperado 3 de junio de 2013]. Obtenido de <http://lasconversas.blogspot.com/2009/10/de-generos-y-formatos-radiales.html>

SABINO, Carlos. El proceso de la investigación. Ed. Panamericano. Bogotá, Colombia. 1992

ULLA, Luis y Giomi, Claudio. Guía para la elaboración de proyectos sociales. Buenos Aires: Espacio Editorial. 2006

UNICEF (2006) Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo. Cuadernillo 2. Cap. 1 y 3. Fondo de las Naciones Unidas para la infancia. Argentina.

VARELA de Ugarte, Fernando (dir.). (2007). La calidad de las intervenciones de Desarrollo. Madrid: CIDEAL.

VIEYTEZ, R. (2004) Metodología de la Investigación en Organizaciones, Mercado y Sociedad. Epistemología y Técnicas. Ed. De las Ciencias. Buenos Aires. Argentina.

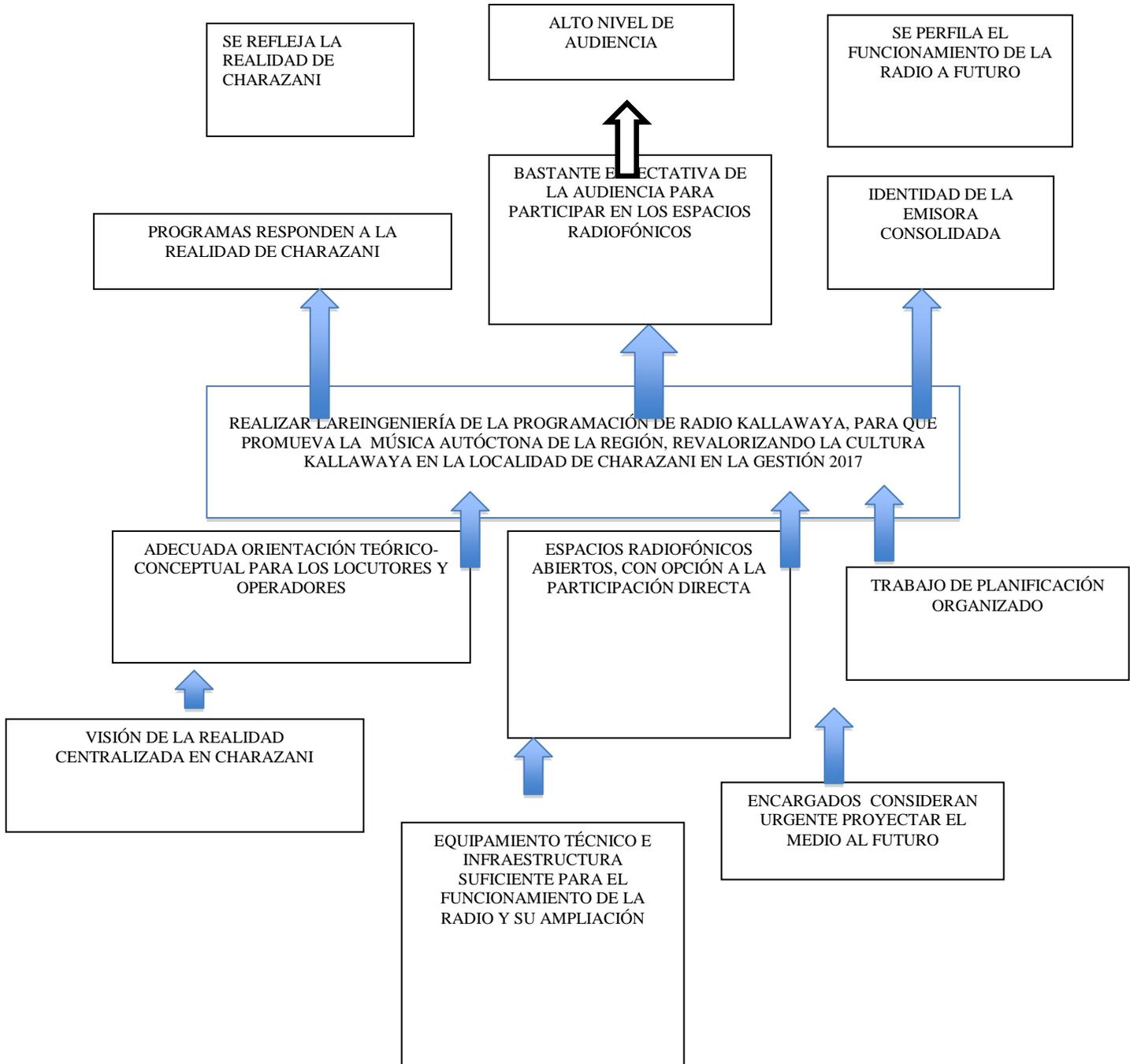
VIDAL BENEYTO, José. "Alternativas populares a las comunicaciones de masas. Ed. Centro de Investigaciones Sociológicas. Madrid, España. 1979

## **XII. WEBGRAFÍA**

<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001415/141584s.pdf>  
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100013](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100013)  
<http://www.unesco.org>  
[http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/tesis/human/sabrera\\_o\\_s/cap1.htm](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/tesis/human/sabrera_o_s/cap1.htm)  
[https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art\\_id=49](https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=49)  
[www.amarc.org](http://www.amarc.org)  
[www.repositori.uji.es](http://www.repositori.uji.es)  
<http://www.euskonews.com/0426zbn/gaia42604es.html>  
[http://acracia.org/historico/Acracia/EI\\_paradigma\\_sociocritico.html](http://acracia.org/historico/Acracia/EI_paradigma_sociocritico.html)  
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/816/TECNICAS.html>  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3671275.pdf>  
<http://www.monografias.com/trabajos36/humor-en-radio/humor-en-radio2.shtml>  
[http://radiopare.blogspot.com/2009\\_12\\_01\\_archive.html](http://radiopare.blogspot.com/2009_12_01_archive.html)  
<https://www.cesag.org/ghcs/tempsdecomunicar/?p=318>  
 : <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001245/124595f.pdf>  
<http://comunica.org/apasionados/pdf/capitulo1.pdf>  
<http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-2300.html>  
[http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/3907/1/UDLA-EC-TPE-2007-04\(S\).pdf](http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/3907/1/UDLA-EC-TPE-2007-04(S).pdf)  
<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per75.htm>  
<http://archivo.defensadelpublico.gob.ar/es/medios-comunicacion-comunitaria-populares-y-alternativos-presentes-diplomatura>  
<http://reingenieriaucv2007.blogspot.com/2007/10/qu-es-reingeniera.html>  
<http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/viewFile/5365/5221>  
<https://www.educa.com.bo/geografia/charazani-municipio-de-b-saavedra>  
<http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2015/39/LAS-AUDITORIAS-DE-LA-COMUNICACION-ORGANIZACIONAL-DESDE-UNA-PERSPECTIVA-ACADEMICA-ESTADOUNIDENSE-Edicion-39.pdf>

## ANEXOS

### ÁRBOL DE PROBLEMAS



**SÍNTESIS DE ENTREVISTAS QUE ABORDAN LOS PROBLEMAS DE RADIO KALLAWAYA**

ENTREVISTADO	CARGO	PREGUNTAS	RESPUESTAS
Virginia Carita	Ejecutiva provincial de mujeres Bartolina Sisa	¿Ha participado en algún programa en radio Kallawaya?	Como organización social
		¿Fuera de su organización social ha participado directamente?	No
		¿Conoce a personas que han participado directamente en la radio?	Sólo dirigentes
		¿Sería interesante para ud. Participar en diferentes programas de radio Kallawaya?	Creo que si
		¿Podría decir que radio Kallawaya es una radio en la que todos pueden participar?	Se ha quedado que solamente los dirigentes con credencial pueden
Joaquín Laime	Agente comunal Charazani	¿Ha participado en algún programa de radio Kallawaya alguna vez?	Pidiendo música sí, he participado en un programita de música peruana

		¿En otro tipo de espacios?	La verdad que no
		Conoce a personas de Charazani que hubieran participado en la radio?	He visto que los dirigentes del MAS siempre están ahí
		¿Sería interesante para usted que se pueda participar en diferentes programas en la radio Kallawaya?	Bueno si, especialmente los jóvenes de Charazani
		¿Podría decir que radio Kallawaya es una radio en la que todos pueden participar?	No es así, eso se ha reclamado en asamblea, se han metido los políticos y viejos dirigentes mañudos ahí
		¿Qué propuestas tendría para mejorar a la radio?	Que podamos ir y que nos reciban, sin miramientos, queremos escuchar información de todo un poco
		Hasta donde ud. conoce los programas de la radio: ¿cree que sirve para promocionar la cultura Kallawaya?	Nada que ver

Orlando Álvarez	Mallku central Chajaya	¿Ha participado en algún programa de radio Kallawaya alguna vez?	Para informar sobre una fiesta, si eso nomás me acuerdo
		¿Directamente ha participado, fuera de la organización social a la que representa?	Solo mediante la organización en la que soy dirigente
		¿Conoce a personas de Charazani que hubieran participado en la radio?	Solo dirigentes nomás te podría indicar amigo
		¿Sería interesante para usted que se pueda participar en diferentes programas en la radio Kallawaya?	Si, en eso estoy de acuerdo
		¿Podría decir que radio Kallawaya, es un medio en el que todos pueden participar?	No
		Hasta donde Ud. conoce los programas de la radio: ¿cree que sirve para promocionar la cultura Kallawaya?	Ya no hay cultura Kallawaya, hace años

Seferino Quispe	Director Distrital de educación	¿Ha participado en algún programa de radio Kallawaya alguna vez?	Nada
		¿Por qué cree que no se ha dado la oportunidad de que participe?	No tengo conocimiento, eso deben saber las autoridades seguro
		¿Conoce a personas de Charazani que hubieran participado en la radio?	Muy pocos, a los máximos dirigentes y políticos lo escuche
		¿Sería interesante para usted que se pueda participar en diferentes programas en la radio Kallawaya?	Claro, sería algo interesante
		¿Podría decir que radio Kallawaya es una radio en la que todos pueden participar?	Para nada, es nada participativa
		Hasta donde ud. conoce los programas de la radio: ¿cree que sirve para promocionar la cultura Kallawaya?	Fiestas que nada que ver promocionan, con grupos peruanos, no promociona la cultura, más vienen extranjeros a preguntar sobre la medicina Kallawaya

		¿Las tradiciones de Charazani se estarán perdiendo?	Los jóvenes se visten como en la ciudad, no quieren usar ropa tradicional, los abuelos hablan de que se está perdiendo la cultura como usted indica
--	--	---	---

FUENTE: Elaboración propia en base a entrevistas

## PROGRAMACIÓN ACTUAL DE RADIO KALLAWAYA FM 99,9

**DÍAS: LUNES A VIERNES**

**GESTIÓN 2018**

HORAS	TIEMPO	PROGRAMAS	TITULOS	CONTENIDOS
05:00 – 06:00	1:00´	Informativo musical	Amaneciendo	Temas de la coyuntura Género cumbia chicha
06:00 – 07:00	1:00´	Sistema Nacional de Radios de los Pueblos Originarios		Noticias
07:00 – 09:00	1:00´	Red Patria Nueva		Noticias
09:00 – 11:00	2:00´	Servicio a la comunidad	Tome nota	Agenda comunitaria comunicados, avisos y convocatorias de organizaciones sociales
11:00 – 12:00	1:00´	Revista musical	Juntos en el trabajo	Género cumbias villeras
12:00 – 16:00	4:00´	Red Patria Nueva		Noticias
16:00 – 18:00	2:00´	Revista entretenimiento	Gente joven	Géneros bachatas regueton y otros.
18:00 – 20:00	2:00´	Sistema Nacional de Radios de los Pueblos Originarios o Red Patria Nueva		Noticias
20:00 – 22:00	2:00´	Programa musical de entretenimiento	Festival andino	Música chicha boliviana peruana
22:00		Cierre de emisión		

## DÍAS: SÁBADOS Y DOMINGOS

**GESTIÓN 2018**

HORAS	TIEMPO	TIPO DE PROGRAMA	TÍTULO	CONTENIDOS
05:00 – 05:05	5´	Inicio de emisión		
05:05 – 08:00	3:00´	Red Patria Nueva		Noticias
08:00 – 10:00	2:00´	Revistas de entretenimiento	Nuestras vivencias	Festividades en comunidades y solicitudes
10:00 – 14:00	4:00´	Red Patria Nueva		
14:00 – 16:00	2:00´	Revista musical	Los mas calientes	Género cumbia tropical

16:00 – 18:00	2:00´	Revista musical	Rojo Amarillo y Verde	Música nacional
18:00 – 20:00	2:00´	Red Patria Nueva		
20:00 – 22:00	2:00´	Programa musical	Reventón de fin de semana	Música variada
22:00		Cierre de emisión		