

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



TESIS DE GRADO

**Géneros y formatos más empleados
en la producción radiofónica
en Frecuencia Modulada
de la Ciudad de La Paz periodo 1985 – 1990:
“Caso Radio Color FM 101”**

**Postulante: Israel Omar Gómez Lizarro
Tutor: Dr. Carlos Aguilar Rodríguez
Gestión 2010**

Dedicado:

A los motores de mi existencia, mis amados
padres: Elio y Zoila.

A la razón que motiva mi presente y futuro, mi
hogar: Pochi, Alexis y Araceli.

A mis maestros de la vida radial: Lucía y José
Luis.

Y a los que en algún momento compartieron un
sueño llamado “Color”

ÍNDICE

	Página
Introducción	8
CAPÍTULO I	
Problema, objetivos, justificación y estrategia metodológica	
1.1. Campo temático	11
1.2. Objeto de estudio	11
1.3. Delimitación	11
1.3.1. Delimitación temática	11
1.3.2. Delimitación temporal	11
1.3.3. Delimitación espacial	11
1.4. Planteamiento del problema	12
1.5. Objetivos	12
1.5.1. Objetivo general	12
1.5.2. Objetivos específicos	12
1.6. Tipo de investigación	12
1.6.1. Exploratorio	12
1.6.2. Descriptivo	13
1.7. Justificación	13
1.7.1. Relevancia comunicacional	13
1.7.1.1. Bases para explicar el proceso de expansión de la FM en la Paz	13
1.7.1.2. Características y particularidades de la producción radiofónica.	14
1.7.1.3. Características y particularidades de Radio Color FM-101.	14
1.7.3.1. Rompió esquemas existentes	14
1.7.1.3.2. Logró una amplia audiencia en forma rápida	16
1.7.1.3.3. Emisoras tuvieron que seguirle	16
1.7.2. Historia de la práctica radial	17
1.7.3. Relevancia teórica	17
1.7.3.1. Construcción de conocimiento científico	17
1.7.3.2. Fuente de información	18
1.7.4. Relevancia práctica	18
1.7.5. Relevancia social	19
1.8. Estrategia metodológica	19
1.8.1. Fase: Teórico conceptual	19
1.8.2. Fase: Diseño, trabajo de campo, procesamiento y análisis de la información	19
1.8.3. Fase: Contrastación empírico teórica	20
1.9. Fuentes de información	20
1.9.1. Fuentes primarias	21

1.9.2. Fuentes secundarias	21
----------------------------	----

CAPÍTULO II

Marco teórico conceptual

2. Marco Teórico	23
2.1. Matrices teóricas sociales	23
2.2. Matrices teóricas sociales y teorías comunicacionales	24
2.3. Periodos teóricos comunicacionales	25
2.4. Los abordajes comunicacionales	26
2.5. Los enfoques comunicacionales	27
2.6. La comunicación masiva	28
2.7. La Radio	29
2.8. Consideraciones técnicas de la radio	29
2.8.1. La radio inalámbrica y la alámbrica	31
2.9. Componente comunicacional de la Radio	31
2.10. Naturaleza de la Radio como medio masivo	32
2.11. Limitaciones de la radio	32
2.12. Las posibilidades y los recursos	33
2.13. Otras características del medio radiofónico que complementan su peculiaridad	33
2.14. El lenguaje radiofónico	34
2.14.1. Elementos del lenguaje radiofónico	34
2.15. La producción radiofónica	36
2.16. El género radiofónico	36
2.17. El formato radiofónico	37

CAPÍTULO III

Contexto histórico

3. Marco histórico	39
3.1. Antes de 1985	39
3.1.1. Periodo 1980-1982	40
3.1.1.1. El contexto político	40
3.1.1.1.1. El modelo estatista de desarrollo	41
3.1.1.1.2. La crisis del modelo de sustitución de importaciones	42
3.1.2. El periodo de la crisis 1982-1985	43
3.2. Período 1985-1989	44
3.2.1. El escenario político	44
3.2.2. La Nueva Política Económica	45
3.2.2.1. El papel del estado	45
3.2.2.2. La política económica y sus características	45
3.2.2.3. Política Social	47
3.3. El contexto de los 80's y la comunicación social	47

CAPÍTULO IV

Una revisión histórica de la radio en Bolivia y la radiodifusión en los 80's

4.	Apuntes de la Radio en Bolivia	50
4.1.	Primeras experiencia de radiodifusión	50
4.2.	Guerra del chaco	50
4.3.	Post guerra	51
4.4.	Los 40's	51
4.5.	Época de la revolución	51
4.6.	Los 60's y 70's y las épocas de las dictaduras (las radios mineras)	51
4.7.	La Iglesia en la Radiodifusión del país	52
4.8.	Década de los ochenta	53
4.8.1.	Radios estatales	54
4.8.2.	Radios Comerciales	54
4.8.3.	Emisoras Sindicales	54
4.8.4.	Emisoras Confesionales	54
4.8.5.	Radios Educativas	55
4.8.6.	Emisoras con programación en idiomas nativos	55
4.9.	Emisoras FM's	55

CAPÍTULO V

Una propuesta radial: Radio Color FM 101

5.	Radio Color Una propuesta radial	58
5.1.	La coyuntura Social, económica y política del año 1985	58
5.1.1.	Situación Social	58
5.1.2.	Situación Económica	58
5.1.3.	Situación Política	59
5.2.	Orígenes del proyecto Radio Color	59
5.3.	Nacimiento de Radio Color	60
5.4.	Propiedad	60
5.5.	Ideología	61
5.6.	Objetivo para su creación y puesta en marcha	61
5.7.	Pilares de la "propuesta Radio Color"	62
5.7.1.	Una Radio de servicio	62
5.7.2.	Buscar una identidad propia en la clase media	63
5.8.	Objetivos de Radio Color	64
5.8.1.	Rescatar la cultura de la clase media y lograr su autovaloración	64
5.8.2.	Trabajar con las familias e incentivar la unidad familiar	66
5.8.3.	Dar voz a sectores sin voz	67
5.8.4.	Romper esquemas en la producción radial	68
5.8.5.	Crear conciencia de la unidad Latinoamericana	70
5.9.	Instrumentos que utilizó	72
5.9.1.	La música e idioma	72
5.9.2.	Proximidad	73

5.9.3.	Participación	73
5.9.4.	Estilo	74
5.9.5.	Uso de otros géneros y formatos	74
5.10.	Financiamiento	74
5.11.	Administración	75
5.12.	Infraestructura	75
5.13.	Equipamiento	75
5.13.1.	Equipamiento inicial	75
5.13.2.	Equipamiento en 1990	76
5.14.	Recursos humanos	77
5.14.1.	Perspectiva cuantitativa	77
5.14.2.	Perspectiva cualitativa	77

CAPÍTULO VI

Construcción de un modelo de estructuración de géneros y formatos

6.	Construcción de un modelo de estructuración de géneros y formatos	80
6.1.	El género radiofónico	80
6.2.	Clasificación de los géneros radiofónicos	80
6.2.1.	Géneros según el modo de producción del mensaje	81
6.2.1.1.	Géneros periodísticos	81
6.2.1.2.	Clasificación del género radiofónico periodístico	81
6.2.1.3.	Géneros dramatizados	82
6.2.1.4.	Clasificación de géneros radiofónicos dramatizados	82
6.2.1.5.	Géneros musicales	82
6.2.1.6.	Clasificación de los géneros radiofónicos musicales	83
6.2.1.7.	Género de variedades y misceláneas	83
6.2.2.	Géneros según la intención del emisor	83
6.2.3.	Géneros según la segmentación de los destinatarios	85
6.2.4.	Géneros por tiempo de duración	85
6.3.	El formato radiofónico	86
6.4.	Clasificación de los formatos	86
6.4.1.	Formatos periodísticos informativos	86
6.4.2.	Formatos periodísticos de opinión	88
6.4.3.	Formatos periodísticos de interpretación o interpretativos	88
6.4.4.	Formatos periodísticos de investigación o investigativos	89
6.4.5.	Formatos dramatizados (o actuados)	89
6.4.6.	Formatos dramatizados narrados	90
6.4.7.	Formatos dramatizados mixtos (actuados y narrados)	91
6.4.8.	Formatos de variedades y misceláneas	91
6.4.9.	Formatos musicales	91
6.4.10.	Formatos según el tiempo de duración	93
6.4.10.1.	Formatos cortos	93
6.4.10.2.	Formatos largos dialogados	95
6.5.	Un modelo teórico conceptual	96
6.6.	Instrumentos de recolección de información	98

6.7.	Selección de la muestra	98
------	-------------------------	----

CAPÍTULO VII

Empleo de formatos en Radio Color

7.	El empleo de formatos en Radio Color	100
7.1.	Empleo de formatos periodísticos	100
7.1.1.	Formatos periodísticos informativos	100
7.1.2.	Formatos periodísticos de opinión	101
7.1.3.	Formatos periodísticos de interpretación o interpretativos	102
7.1.4.	Formatos periodísticos de investigación	103
7.2.	Empleo de formatos dramatizados	103
7.2.1.	Empleo de formatos teatralizados y/o actuados	103
7.2.2.	Empleo de formatos narrados y/o relatados	104
7.2.3.	Empleo de formatos mixtos y/o combinados	105
7.3.	Empleo de formatos de variedades y misceláneas	105
7.4.	Empleos de formatos musicales	106
7.5.	Empleo de formatos de corta duración	109
7.5.1.	Empleo de formatos de corta duración de tipo cuñas	110
7.5.2.	Empleo de formatos de corta duración de tipo microprogramas	111
7.6.	Empleo de formatos de mediana duración	112
7.7.	Empleo de formatos de larga duración	112
7.8.	Balance general del empleo de formatos en Radio Color	113

CAPÍTULO VIII

Empleo de géneros en Radio Color

8.	Empleo de géneros radiofónicos en Radio Color	120
8.1.	Empleo de géneros por modo de producción del mensaje	120
8.1.1.	Empleo de géneros periodísticos	120
8.1.2.	Empleo de géneros dramatizados	121
8.1.3.	Empleo de géneros de variedades y/o misceláneas	122
8.1.4.	Empleo de géneros musicales	122
8.2.	Empleo de géneros por intencionalidad del emisor	124
8.3.	Empleo de géneros por segmentación de destinatarios	125
8.4.	Empleo de géneros por tiempo de duración	127
8.5.	Balance general del empleo de géneros radiofónicos en Radio Color	127

Conclusiones	131
---------------------	-----

Bibliografía	132
---------------------	-----

Anexos	
---------------	--

Introducción

La historia de la radiodifusión en Bolivia presenta una variedad de experiencias ricas en propuestas en determinados contextos políticos, económicos, sociales y culturales. Una de esas propuestas se planteó entre los años 1985 y 1998, la misma se llamó Radio Color.

Esta propuesta surgió como una percepción en Radio San Gabriel (emisora de la Iglesia Católica, que dirigida a los aymaras, transmitía en su idioma sobre todo al sector rural), la misma, a partir de un cerco indígena a la ciudad de La Paz el año 1979, frente a la incompreensión de las demandas de este sector, y ante la posición que tomó como medio de tratar de hacer comprender las acciones de ese sector, se dio cuenta de la necesidad de construir puentes o bisagras entre la ciudad y el campo, así nació la idea de Radio Color.

Este proyecto, tras varios años, se hizo realidad recién el 1985 y se direccionó a un segmento de la población, que sus ejecutivos llaman clase media. Su propuesta, al margen de su objetivo de ser bisagra entre el campo y la ciudad, tenía como pilares el servicio y romper los esquemas existentes en la práctica radial en FM del momento. Además se planteaba entre sus objetivos específicos rescatar y valorar la cultura de la clase media paceña, incentivar la unidad familiar, constituirse en voz de los sin voz y crear conciencia sobre la unidad latinoamericana. Utilizó importantes instrumentos como la música, el idioma, la proximidad a su audiencia, el estilo, la participación y una variedad en el uso de géneros y formatos radiofónicos.

El empleo de géneros y formatos en Radio Color, en un contexto marcado por esquemas constituidos en la FM de ese momento, es motivo de este trabajo. Se trata de mostrar la diversidad cuantitativa de ese uso, en base a la construcción de un modelo esquemático sobre géneros y formatos en la producción radiofónica.

El trabajo se inicia con presentar un diseño de investigación cuyo rasgo fundamental es su carácter exploratorio y descriptivo sin plantearse una hipótesis de trabajo. Sigue con la construcción de un marco teórico-conceptual, que ubica los diferentes horizontes y aristas que utiliza la investigación como base.

Como no es posible abordar un trabajo o investigación sin conocer un contexto histórico, este trabajo construye uno, desde al menos tres dimensiones: política, social y económica. El valor de esta contextualización está, en que la década de los 80 fue muy dinámica, por que registra un momento de inflexión fundamentales que no puede ser ignorado, el cambio de un modelo estatista a uno liberal, que posteriormente traerá consigo una variedad de importantes cambios y transformaciones, que serán el origen de muchos hechos y situaciones de nuestro tiempo.

Pero como la investigación se realiza sobre la actividad radial, ésta también es motivo de nuestra atención, por ello se trabaja en una breve revisión a los antecedentes de la radiodifusión en el país hasta llegar al periodo de estudio, en el mismo también se realiza una contextualización.

Radio Color es motivo de nuestra atención, por que, hay una serie de argumentos que dan cuenta, de un medio que retó los esquemas y consiguió efectos de impacto significativo en la práctica radial de Frecuencia Modulada de los 80, por ello, con ayuda de diferentes herramientas se reconstruye aspectos fundamentales de su historia y de sus bases filosóficas, objetivos e instrumentos utilizados. Es dentro de estos últimos que se plantea el investigar el empleo de géneros y formatos practicados por esta emisora.

Para cumplir con el desafío, se construye un modelo de estructuración de géneros y formatos que permita lograr el propósito de indagar el empleo de los mismos en FM 101. Este modelo, da paso al uso de instrumentos como un cuestionario híbrido (cerrado y abierto) para la obtención de información, que es sometido a ex funcionarios de esa emisora.

Posteriormente, la información recolectada se la depura, sistematiza y analiza para presentarla y obtener de ella las conclusiones que amerita. Este trabajo nos abre la perspectiva de conocer aspectos básicos de la actividad radial de la época y de rescatar propuestas y experiencias que han sido importantes y cuyo conocimiento nos puede ayudar de diferentes maneras en nuestro tiempo.

Capítulo I

Problema, objetivos, justificación y estrategia

Para encarar la tarea de investigación partimos de realizar algunas precisiones fundamentales que guíen el trabajo.

1.1. Campo temático

La investigación tiene como campo temático la producción radiofónica.

1.2. Objeto de estudio

Los géneros y formatos de la producción radiofónica en Frecuencia Modulada de la ciudad de La Paz, particularmente el caso Radio Color FM-101 en el periodo 1985-1990.

1.3. Delimitación

Son tres aspectos que delimitan la investigación realizada: temática, temporal y espacial.

1.3.1. Delimitación temática

Se trabaja en la producción radiofónica, y particularmente en los géneros y formatos, por que se constituyen en el “¿Qué producir?” de la actividad radial. Es un campo especializado sobre el cual no existen trabajos que nos ayuden a conocer las características de qué se produce (o produjo) en la radiodifusión y menos aun en la Frecuencia Modulada desde una perspectiva histórica del pasado reciente.

1.3.2. Delimitación temporal

El periodo de estudio es de 1985 a 1990, se delimita así, por que se considera que las bases de la expansión de la actividad radial en Frecuencia Modulada de la Ciudad de la Paz, están en la década de los ochenta. Pero además, uno de los medios que habría tenido una importante incidencia en los esquemas que se construyeron a partir de ese periodo es Radio Color, estación radial que inicia su actividad el 1 de agosto del 1985. Se estudia hasta el 1990 por que a partir de allí se produce una explosión cuantitativa de emisoras en ese espectro radial.

1.3.3. Delimitación espacial

La base para estudiar la Frecuencia Modulada de la ciudad de La Paz se fundamenta en dos aspectos: el primero, que las características técnicas de las ondas de la FM, hacen que las mismas tenga una cobertura limitada frente a las ondas de Amplitud Modulada, ésta cobertura generalmente tiene un alcance ciudadano o llamado local. Un segundo aspecto, es que en ese periodo recién se crea la ciudad de El Alto. Estos dos aspectos condicionan que

se elija a la mancha urbana de la ciudad de La Paz como la delimitación espacial para la investigación.

1.4. Planteamiento del problema

¿Cuáles fueron los géneros y formatos radiofónicos que más empleó Radio Color FM 101 en su producción radial en el periodo 1985-1990?

1.5. Objetivos

La investigación tiene como reto un objetivo fundamental y colateralmente un bloque de objetivos que se pretenden alcanzar.

1.5.1. Objetivo general

Determinar cuales fueron los géneros y formatos empleados en la producción radiofónica de Radio Color en el periodo 1985-1990.

1.5.2. Objetivos específicos

- Construir un marco teórico-conceptual del campo temático abordado.
- Describir el contexto político, económico y social en el periodo de estudio.
- Elaborar un perfil histórico de la práctica radial en el país.
- Elaborar un perfil histórico de los antecedentes de Radio Color.
- Modelar un sistema teórico conceptual sobre géneros y formatos y un instrumento de obtención de información.
- Recolección de información, depuración, sistematización y análisis cuantitativo y cualitativo.
- Identificar el empleo de géneros y formatos en Radio Color.

1.6. Tipo de investigación

La investigación a realizar tiene un carácter exploratorio y descriptivo.

1.6.1. Exploratorio

El propósito buscar, registrar y reconocer información sobre qué tipos de géneros y formatos fueron mayormente empleados por Radio Color FM 101 en el periodo 1985-1990, se trata de indagar y escudriñar datos que nos permitan conocer las características y rasgos de la producción radiofónica de esta emisora, y con ello, de la Frecuencia Modulada en la ciudad de La Paz en ese periodo. La investigación se la realiza considerando que es un tema

poco estudiado y conseguir elementos sobre los aspectos planteados, pueden dar luces para encarar otros tipos de investigación.

1.6.2. Descriptivo

Uno de los aspectos fundamentales de la investigación planteada es realizar una representación de los elementos, atributos, partes, aspectos y/o cualidades en el uso de géneros y formatos de la producción radial en Frecuencia Modulada de la década de los 80's en la ciudad de La Paz y concretamente de Radio Color, se trata de especificar algunas de las propiedades del objeto que estudiamos.

1.7. Justificación

Existen una serie de factores que hacen a la necesidad de llevar adelante la investigación, estos factores constituyen elementos de corte histórico, social, económico, político y cultural, encarados desde una visión comunicacional que nos permita describir, conocer, analizar, explicar y acaso valorar el trabajo de los medios de comunicación, su contexto de tiempo y espacio.

Sin embargo, los aspectos que sustentan la justificación para llevar adelante esta investigación sobre los géneros y formatos de la producción radiofónica del periodo observado y en particular de Radio Color FM-101, se condensan en al menos cuatro aspectos de singular importancia: La relevancia comunicacional, la relevancia teórica que implica la construcción de conocimiento científico y a partir de ello generar una fuente de información para seguir indagando, la relevancia práctica que pretende aclarar si hubo esquemas establecidos en la práctica radial y finalmente, una relevancia social que permita contribuir con datos históricos de la práctica radial de ese periodo.

1.7.1. Relevancia comunicacional

Al referirse a una relevancia comunicacional se abre una variedad y diversidad de aspectos, pero por las características de trabajo sólo se abordarán algunos: como que el trabajo es relevante, porque a partir del periodo de estudio, se inicia una etapa en la que se verificó una expansión de las FM's en La Paz, por otro lado es importante conocer las características y particularidades de la producción radiofónica entre 1985-1990, esto también implica el determinar las características y cualidades que tuvo el trabajo radiofónico de Radio Color FM-101 finalmente, es de alto valor comprender la historia de la radiodifusión en Frecuencia Modulada en nuestro país y el trabajo brindará insumos para esa tarea.

1.7.1.1. Bases para explicar el proceso de expansión de la FM en la Paz

La década de los 80 se constituye en un periodo importante, por qué, si bien la FM hace su aparición en el país en los años 70, su verdadero proceso de expansión cuantitativa, tanto a

nivel local (La Paz) como en el ámbito Nacional, se verifica en los años 80's etapa que da paso a un posterior proceso de consolidación. El conocer estos aspectos partiendo de una perspectiva exploratorio-descriptiva hasta llegar a una explicativa de todo el proceso de evolución de la FM en el país, se constituye en un importante reto para el campo de la comunicación social; la investigación es el gran instrumento que posibilitará conocer los diferentes aspectos de la FM en La Paz y Bolivia.

La investigación, tiene como una de sus justificaciones más importantes, el constituirse en uno de los varios y complejos eslabones de este proceso de desarrollo de la FM en La Paz, pretende brindar importantes insumos que coadyuven a construir ese rompecabezas de conocimiento sistematizado sobre el medio de comunicación masivo radiofónico de ese periodo, y sea parte básica para explicar el proceso de expansión de la FM en la Paz y el país.

1.7.1.2. Características y particularidades de la producción radiofónica.

Partiendo del hecho de considerar el amplio objeto de estudio de las ciencias sociales y sus propósitos de conocer, explicar y comprender la tan compleja vida social en sus diferentes dimensionalidades, hacemos énfasis en uno de sus campos; la comunicación, que la entendemos como un proceso social que utiliza capacidades humanas para la producción de significaciones y sentidos a partir de signos y con ello lenguajes. La comunicación bajo los criterios de considerarla como una relación social dinámica nos ofrece la posibilidad de verla desde al menos cuatro formas fundamentales: la comunicación intrapersonal, interpersonal, grupal y masiva. Son las características y peculiaridades de esta última, y por sobre todo del proceso de producción, las que llaman nuestra atención, ya que es hecha por los “medios masivos” que son instituciones con personas capacitadas que elaboran mensajes para grandes públicos; el medio radiofónico y su lenguaje palabras, música, efectos y silencio es el que utiliza el sonido para la elaboración de los mensajes. Por ello el trabajo se justifica en el propósito de conocer las características y particularidades de la producción del medio masivo radiofónico desde una perspectiva abstracta (géneros) llegando a la concreta (formatos) que utilizó en la década de los 80's la FM de la Ciudad de La Paz y particularmente en Radio Color.

1.7.1.3. Características y particularidades de Radio Color FM-101

Son varios los aspectos que han motivado investigar los géneros y formatos que usó Radio Color FM-101, entre ellos está; que rompió los esquemas existentes en la práctica radial en FM de La Paz, logró una audiencia amplia en forma muy rápida y finalmente, por sus aciertos, las emisoras tuvieron que seguirle.

1.7.3.1. Rompió esquemas existentes

“De entrada rompió esquemas de las FM's existentes” (Aliaga, 1995:4) Uno de los aspectos fundamentales es que Radio Color FM 101 fue una emisora que ingresó en la práctica radial de la ciudad de La Paz y del país, en el marco de esquemas establecidos

tanto para la radiodifusión en Amplitud Modulada como para frecuencia Modulada, en el caso de esta última, estos esquemas discurrían en emisoras que pretendían una imitación al estilo norteamericano y las otras con un estilo muy formal la “...frecuencia Modulada contaba con dos públicos y géneros musicales bien definidos: jóvenes generalmente entre 13 y 21 años buscando el último grito roquero o gente mayor que procura la música clásica o ambiental” (Aliaga 1987:67) estos esquemas existentes mostraban que las FM’s sólo utilizaban música en idioma inglés y el estilo de locución era marcadamente un intento por imitar a los discjockey norteamericanos o de otras latitudes, en general el sonido, el ritmo y otros elementos de la práctica radial tenían como horizonte guía las FM’s norteamericanas, Radio Color en ese contexto, propone una acción radial diferente partiendo de música en nuestro idioma (con una amplia variedad de géneros musicales) y con un estilo de locución de características diferentes a los discjockey.

“Hasta el primero de agosto de 1985, pensar en frecuencia Modulada en la ciudad de La Paz era entregarse al rock norteamericano, a la moda del rock pop o heavy metal [y música disco]. Lucía Sauma a la cabeza de un equipo de jóvenes comunicadores sociales y con el apoyo de Radio San Gabriel osaron cambiar los esquemas” (Aliaga, 1988:65).

El instrumento para cambiar estos esquemas fue también musical, pero con la diferencia que fue música en el idioma que habla la mayor parte de los habitantes ciudadanos (español) y además de muchos géneros y variedades, Radio Color “Desafió los pronósticos y programó su FM con música latina, desde los rocks de Charly García y Fito Paez, [pasando por baladitas como las interpretadas por Los Iracundos, Roberto Carlos y otros] hasta las rancheras de Juan Gabriel, pasando por las tonadas de los Kjarkas y la bossa nova de Caetano Veloso” (López, 1997:373) pero además incluyendo a trovadores como Silvio Rodríguez, Pablo Milanes y muchos más, existía una variedad que se dirigía a todos los gustos.

Además con un criterio diametralmente diferente en la práctica radial, el de pervivir a su audiencia enmarcado en el servicio a través de la práctica radial “en resumen intentan ser una radio que sirva pero no solamente con la música” (Aliaga 1988:69). Mediante el trabajo que realizaba esta emisora, se pretendía llegar a sectores de alguna manera olvidados por el resto de los medios de comunicación radial, y en particular en frecuencia Modulada “Trabaja (...) las 24 horas del día prestando servicio a la audiencia paceña” (Iñiguez. 1987:28) este servicio era tanto musical como de otra índole; brinda teléfonos de emergencia, farmacias de turno, compañía, etc.

Esta emisora se convirtió en “una opción musical nueva, diferente, definitivamente latinoamericana que cambió la naturaleza de la frecuencia Modulada en Bolivia: Radio Color, FM 101” (Aliaga, 1995:4), estos aspectos merecen ser conocidos e investigados para rescatar o tener evidencia de una muy interesante propuesta y experiencia radial que tuvo nuestra ciudad y la comunicación radiofónica en nuestro país.

1.7.1.3.2. Logró una amplia audiencia en forma rápida

Las características de Radio Color como opción frente a los esquemas habituales de las estaciones en frecuencia Modulada existentes, le significó en un muy breve tiempo ganar una aceptación sorprendente y con ello, una audiencia importante “*Tuvo tanto éxito, se encaramó tan rápidamente en el primer lugar del rating*” (López, 1997:373) mostrando que existía una audiencia que pretendía nuevos horizontes de estilo radial.

La salida al aire de Radio Color FM 1001 fue muy bien recibida por la audiencia, ya que su impacto cuantitativo fue tan rápido que “*acaparó en seguida mucha audiencia*” (Iñiguez, 1987:28) de diferentes edades, posiblemente por la novedosa oferta que planteaba.

Los diferentes elementos que implicó la entrada en la frecuencia Modulada de Radio Color, como ser la utilización de la música en español, tuvo una amplia y significativa aceptación, pero además, la incursión como propuesta de la música boliviana y otros géneros musicales como la latinoamericana y sus variantes, se constituyó en base importante para dotarle de éxito de audiencia casi de principio “*Si la 101 llegó al primer lugar en audiencia, la única manera de disputarle el puesto es reconociendo que tenía razón: que la música en español gusta, que se aprecia la música boliviana, que la música latinoamericana se disfruta*” (Aliaga, 1986:68), fueron tres los argumentos de su propuesta que tuvieron mucha aceptación, pero al margen de la música tuvo otros elementos que le valieron a muy poco tiempo recibir el premio de gozar de una enorme audiencia.

1.7.1.3.3. Emisoras tuvieron que seguirle

La emergencia de Radio Color, su característica y estilo significó ganar rápidamente audiencia y ello implicaba un enorme éxito. Este fue un importante elemento para que otras emisoras optaran por seguir su camino “*Radio Color, (...).Tuvo tanto éxito (...), que las otras emisoras paceñas comenzaron a copiarle y romper con el servilismo musical*” (López, 1997:373) probablemente, uno de los mayores aciertos que tuvo Radio Color fue el introducir en la práctica de la radiodifusión en frecuencia Modulada la música en español, idioma que gran parte de la población urbana habla en el ámbito ciudadano de la Ciudad de La Paz “*pioneros de las radios en frecuencia Modulada que transmiten sus programas en español*” (Molina, 1991:), claro está que ello le dio mucho éxito y por esta razón la competencia comenzó a trabajar con este tipo de música.

“La empresa privada juega con la falacia que al público tú le das lo que él te pide. Eso es una falacia total y absoluta. La prueba más fehaciente es Radio Color. Hasta que surgió, se suponía que a todo el público le encantaba sólo la música disco. Todas la FM’s tocaban ese tipo de música. Cuando Color decidió salir con una nueva programación, atendiendo a la política de Radio San Gabriel, se mostró que había sido una falacia. A tal punto que la FM’s de la competencia han tenido que entrar a la música en español. Este –a mi juicio- es el mejor ejemplo para demostrar cuan falso es aquello de que el público recibe lo que pide, esto decía Carlos Mesa” (cit. en Aliaga, 1988:65).

Los diferentes elementos que utilizó Radio Color se constituyeron, en instrumentos que posibilitaron una exitosa irrupción en la radiodifusión paceña, pero también implicó, que el manejo de estos elementos, fueran rápidamente copiados y utilizados, es decir, diferentes emisoras tuvieron que seguirle, uno de esos elementos importante fue haber utilizado la música en español, lo que fue rápidamente copiado por otras radios.

1.7.2. Historia de la práctica radial

No existen suficientes trabajos que, de forma seria, hayan investigado y con ello narrado y expuesto de forma sistematizada los acontecimientos pasados e importantes de la práctica radial en frecuencia Modulada de la década de los ochenta y en particular de la utilización de géneros y formatos.

El averiguar cada rasgo y característica de la producción radiofónica y particularmente del que se producía, conforman un conjunto de hechos y sucesos que identifican la época y la diferencia del resto, por ello se constituyen de importancia trascendental, rescatar esos aspectos y comprobar su veracidad para ponerlos en consideración y conocimiento de los interesados de una forma sistematizada y ordenada. Pero, además, todos estos aspectos conjuncionados constituyen el relato histórico que intenta reflejar lo que sucedió en ese periodo.

1.7.3. Relevancia teórica

En general uno de los aspectos más importantes y que justifique encarar una labor investigativa de corte académico comunicacional, es el que brinde aportes teóricos que articulen lo práctico a la sistematización teórica, a partir de ello se justifica este trabajo por la construcción de conocimiento científico, pero además que se constituya en una fuente de información para encara otras labores investigativas y otros tipo de tareas, que den cuanta de la realidad radiofónica en FM.

1.7.3.1. Construcción de conocimiento científico

El conocimiento es un reflejo de la realidad objetiva de los hechos y se construye en un proceso que va de lo desconocido (que es una carencia o falta de información y datos, y que tiene en general limitaciones, imperfecciones e imprecisiones sobre estos hechos objetivos) llegando a lo conocido, que implica la existencia de información y datos con precisión, es decir, el conocimiento a partir de esto nos permite la asimilación de la realidad que a su vez es indispensable para la práctica.

Sin embargo se debe considerar al menos dos criterios imprescindibles de conocimiento: el empírico espontáneo e intuitivo y el conocimiento científico, en el primer caso es aquel que surge a partir de la práctica histórica de las diversas actividades humanas, su rasgo más importante es que no intenta explicar, sólo se utiliza asimila y conserva, no requiere de medios especiales, son simples indicaciones descriptivas y se transmiten basados en la experiencia; por otro lado, el conocimiento científico requiere de medios especiales para

acceder (métodos y técnicas) y procura soluciones o respuestas a problemas y dificultades, además explica, descubre y con ellos posibilita la transformación. El conocimiento científico tiene un carácter sistemático y orientado hacia un objetivo, por ello, tiende al entendimiento de la realidad objetiva para esclarecerla y explicarla. Finalmente, el conocimiento científico es una acumulación y transmisión de saberes en forma sistematizada y organizada.

El trabajo encuentra una importante justificación en la construcción de conocimiento científico sobre el objeto y periodo de estudio, se trata de construir saberes sistematizados sobre la producción radial, específicamente sobre el uso de géneros y formatos en FM de la década de los ochenta y particularmente sobre Radio Color FM-101 y con ello de uno de los campos de la comunicación masiva como es la radiodifusión, esta justificación se enmarca en la insuficiencia de trabajos existentes que aborden específicamente esta temática. Por ello reúne atributos que permitan sistemáticamente alcanzar un objetivo que es el de entender y explicar la realidad de ese momento.

1.7.3.2. Fuente de información

Una de las grandes dificultades existentes a la hora de encarar investigaciones o cualquier tipo de trabajo académico es no contar con información o que ésta sea insuficiente, esta dificultad se constituye en una gran barrera para hacer aproximaciones de rigor a lo que sucedió en periodos carentes de información, por lo cual cualquier aproximación que se realice tanto desde una dimensión exploratoria, pasando por una descriptiva hasta llegar a una explicativa, implica necesariamente contar con información mínima necesaria, mejor si es suficiente, por ello la investigación pretende dotar de información que se constituya en base para encarar algunas otras actividades investigativas que ayuden a desentrañar los distintos aspectos de la producción radial del periodo en estudio.

Por ello, el generar información sobre lo sucedido en la práctica de la producción radial de la década de los ochenta, al margen de ayudarnos a reconstruir sistemáticamente el uso de géneros y formatos radiofónicos, también nos brinda información que coadyuve a explicar los distintos aspectos de la radiofonía de ese momento, es decir, se trata de generar bases de información que nos posibiliten escudriñar otros aspectos más.

La información que se pretende generar con el trabajo, va, desde conocer las peculiaridades y características de la producción radiofónica de Radio Color FM-101, hasta posibilitar luces sobre la práctica radial de la época.

1.7.4. Relevancia práctica

La práctica radiofónica de la ciudad de La Paz y del país en la década de los ochenta, parece haber transitado en el marco de esquemas establecidos tanto para la radiodifusión en Amplitud Modulada como para en Frecuencia Modulada, en el caso de esta última, estos esquemas discurrían en emisoras que pretendían una imitación al estilo norteamericano y las otras a con un estilo muy formal la “...*frecuencia Modulada contaba con dos públicos y géneros musicales bien definidos: jóvenes generalmente entre 13 y 21 años buscando el*

último grito roquero o gente mayor que procura la música clásica o ambiental” (Aliaga 1987:67) estos esquemas existentes mostraban que las FM’s utilizaban música en idioma inglés y el estilo de locución era marcadamente un intento por imitar a los discjockey norteamericanos o de otras latitudes, en general el sonido, el ritmo y otros elementos de la práctica radial tenían como horizonte guía las FMs norteamericanas, este sentido de construcción ha sido una guía constante del análisis que se ha realizado y todavía se realiza, lo que falta es tener bases que no sean de corte intuitivo y empírico, sino más bien que respondan a criterios académicos, metodológicamente y sistemáticamente construidos y que sirvan de soporte para el análisis y la explicación de este tipo de conclusiones, por ello la investigación adquiere una justificación trascendental.

1.7.5. Relevancia social

La década de los ochenta ha significado históricamente para el país un periodo de inflexión, en el año 1985 se produce un transición de un modelo económico estatista a uno de libre mercado, implicando ello también un periodo de cambios políticos y sociales muy dinámicos y de alta efervescencia, en este contexto resulta de vital importancia el conocer qué rol jugaron los medios de comunicación masivos, como es el caso de la radio.

1.8. Estrategia metodológica

La estrategia metodológica implica un proceso que permite transitar la investigación en un conjunto de actividades articuladas que permiten lograr el objetivo propuesto. Este proceso implica básicamente tres fases: la teórica conceptual, la de diseño, recolección, procesamiento y análisis de la información y la última, la de contrastación empírico-teórica.

1.8.1. Fase: Teórico conceptual

Esta fase se caracteriza por una construcción teórica que parte de lo más abstracto para llegar a lo más concreto, el inicio es lo social, desciende progresivamente, su primer descenso es pasar al campo de la comunicación, de allí se desplaza a la comunicación masiva que da pie a la radiodifusión, posteriormente, trabaja en los géneros como categoría abstracta de la producción radiofónica y llega a los formatos como elementos concretos de producción radial, el método utilizado para esta aproximación teórica es el deductivo; parte de lo general y llega a lo particular.

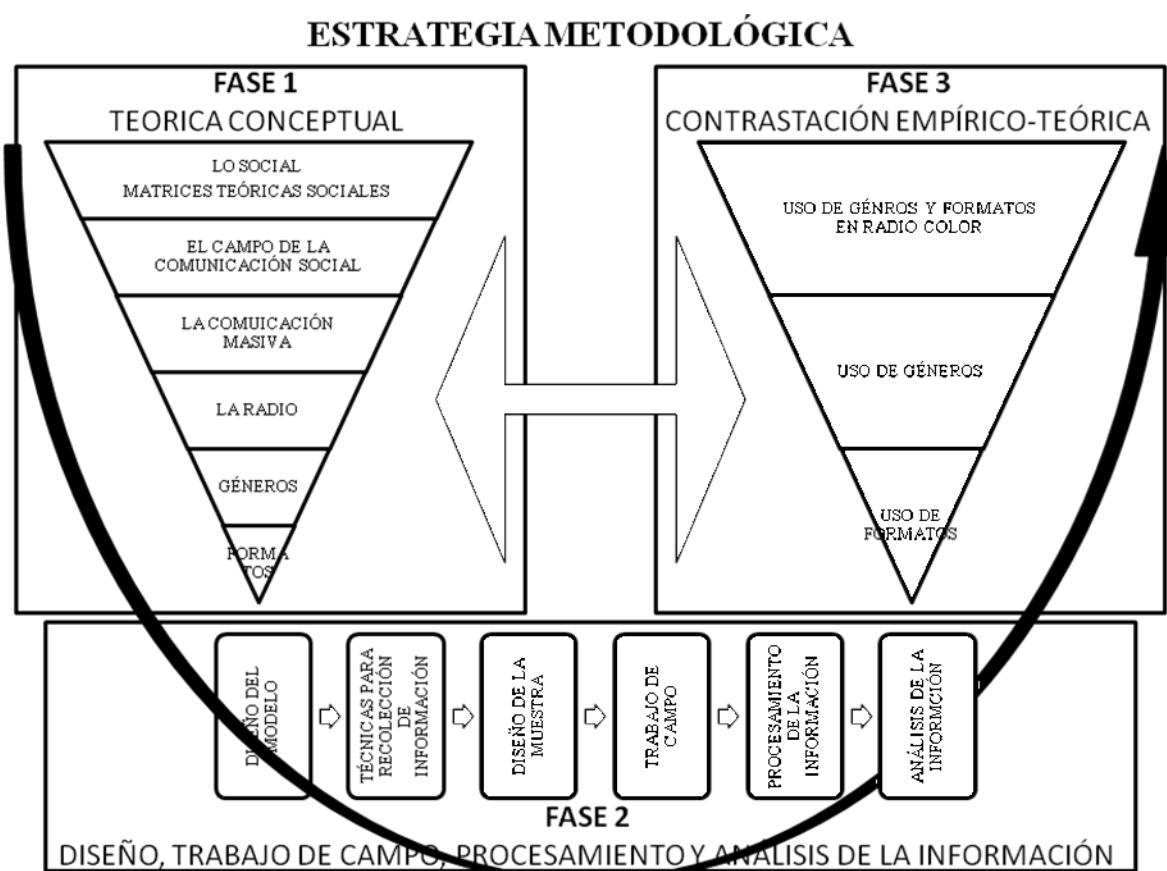
1.8.2. Fase: Diseño, trabajo de campo, procesamiento y análisis de la información

Esta fase se caracteriza por trabajar íntegramente con el objeto de estudio, sin embargo, en su primera parte hace una abstracción para la construcción de un modelo de producción radiofónica que implica una amplia desagregación tipológica de géneros y formatos radiofónicos, posteriormente, se define la utilización de los instrumentos para la recolección de información (trabajo de campo) relativos a la producción radiofónica y en particular a los géneros y formatos, de allí se pasa a los criterios y definición del tipo de

muestra a ser trabajado, sigue procedimentalmente el trabajo de campo, que es la obtención de información con la aplicación de los instrumentos seleccionados, tras ello, se procesa la información y se concluye con el análisis de la misma.

1.8.3. Fase: Contratación empírico teórica

Con ayuda del método inductivo (ir de lo particular a lo general) la tercera fase consiste en transitar en una contrastación de los resultados empíricos obtenidos a partir del análisis de la información, con los parámetros teóricos desarrollados en la primera fase. Así, se pretende lograr inducciones sobre el uso de formatos en una primera instancia a partir de la información obtenida y procesada, luego se avanza en los géneros y se concluye con su articulación global a nivel de Radio Color, en esta fase no sólo se utiliza el método inductivo, sino también el método comparativo.



1.9. Fuentes de información

Como es regular en los procesos de investigación se recurre a dos fuentes de información, en nuestro caso también lo hacemos destacando que la información primaria sobre lo sucedido en el periodo de investigación, será recopilada de los propios protagonistas.

1.9.1. Fuentes primarias

Considerando que las fuentes primarias de información son aquellas que registran información sobre hechos, situaciones y/o personas (individuales y colectivas), cuya característica fundamental es que proporcionan información y datos de primera mano, se recurrirá a ésta de acuerdo a las necesidades de cada una de las partes constitutivas del trabajo.

En algunos ámbitos históricos y teóricos, se recurrirán a documentos básicos (a publicaciones de prensa y entrevistas logradas a miembros que formaron parte de Radio Color) y criterios de expertos (como Ignacio López Vigil, Sandra Aliaga y otros), en la parte operativa de recolección de información de campo se trabajará con encuestas, entrevistas y testimonios a profesionales que participaron de forma directa en producción radial en Radio Color FM-101 de la década de los ochenta, además a especialistas y expertos.

1.9.2. Fuentes secundarias

Uno de los rasgos básicos de las fuentes secundarias, es que son resultado ya de un previo procesamiento y análisis de información, estas fuentes serán utilizadas en el trabajo en sus diferentes partes, pasando de los marcos referenciales hasta los aspectos teóricos conceptuales y operativos de la propia investigación.

Capítulo II

Marco teórico conceptual

2. Marco Teórico

Para encarar la difícil tarea de mirar los diferentes elementos constitutivos de la realidad suscitada en el periodo delimitado para el estudio, es de alto valor el contar con un importante y nutrido arsenal de elementos teórico-conceptuales que nos sirvan de base para tal interpretación. Por ello discurrimos en una cadena articulada de fundamentos teóricos que van desde ver lo más amplio, que son las matrices teóricas sociales, para luego transitar al campo disciplinario de la comunicación social y posteriormente llegar a sus enfoques, y de allí a elementos operacionales conceptuales que nos permitan hacer las lecturas pretendidas con mayor pertinencia científico-académica.

2.1. Matrices teóricas sociales

Para lograr lecturas coherentes de la realidad social, es imprescindible contar con un importante bloque de argumentos o formas de concebir la misma y que estén sistematizados con un alto sentido de precisión y articulación, de estos nos podemos servir para brindar bases de explicación a los diversos aspectos de esta realidad, es decir, a los diferentes aspectos de lo que percibimos tanto por nuestros sentidos como por nuestra propia conciencia, de lo que se trata es de interpretar los hechos y los procesos que se dan en la realidad. Precisamente para ello necesitamos teorías, *“una teoría es una red sistemática de conceptos de mayor o menor amplitud y producto de la observación concreta que expone articuladamente tanto los aspectos fenoménicos de una determinada zona de la realidad como ciertas relaciones de tipo causal o correlacional que ofrece una explicación generalizable, o una interpretación plausible de los hechos y/o procesos que tienen lugar en ella”* (Torrico, 2004:29), estas teorías son las bases con las cuales pretendemos acercarnos a nuestro objeto de estudio, para conocerlo y tratar de explicarlo.

Las teorías, sin lugar a dudas, se constituyen en valiosas herramientas, pero además en instrumentos que posibilitan la acción y el efecto de entender la totalidad social, esto implica el poseer al menos dos horizontes fundamentales, o componentes de acción, por un lado un componente conceptual y por el otro un procedimental, es precisamente de la articulación de estos dos componentes que se da la cientificidad de las lecturas que se hacen de la realidad social.

Estos horizontes teóricos o puntos de vista de ver la realidad son conocidos como paradigmas teóricos sociales que se los entiende como una *“matriz racional, o sea un marco articulado de conceptos ‘desde’ o ‘a través’ del que se puede mirar una zona dada de la realidad social para conocerla en términos científicos”* (Torrico, 2004:33) pueden sintetizarse en cuatro fundamentales el estructural-funcionalismo, dialéctica crítica, estructuralismo y sistemismo.

El estructural funcionalismo tiene como horizonte fundamental de visibilidad la existencia y subsistencia de la sociedad y para ello se genera un consenso entre individuos grupos e instituciones que comparten tanto valores como normas a partir de las cuales se generan cohesión y estabilidad social canalizando así la reproducción de las estructuras y con ello un cambio que no ponga en riesgo la integración social.

La dialéctica crítica es otro de los paradigmas que permite mirar la realidad utilizando como base fundamental el movimiento o cambio constante, considera que la base económica y las relaciones de producción que se generan en ella son los que explican los procesos y hechos sociales que se constituyen en los acontecimientos históricos, que tienen como médula fundamental la contradicción entre el capital y el trabajo (burguesía y proletariado) a partir de la propiedad de los medios de producción y la apropiación del excedente, que se constituye en el motor de la historia.

El estructuralismo ve como fundamental la estructura entendida como las relaciones e interdependencias de las partes de un conjunto, y prioriza su papel considerando que es el armazón de la realidad social.

El cuarto paradigma es **el sistemismo**, transita en un horizonte teórico metodológico integrador u holístico, considera el sistema como un conjunto de partes que están organizadas y que interactúan con objetivos comunes. El sistemismo ve la realidad como un conjunto de subsistemas que se interrelacionan dinámicamente y están constituidos por las totalidades. Esta forma de ver la realidad se fundamenta en la sinergia que vendría a ser la totalidad de las interacciones de las partes que genera resultados distintos que la simple suma de las partes, es decir la capacidad del total más que la simple suma de las partes, siempre y cuando estas mantengan un nivel de equilibrio y estén organizadas.

2.2. Matrices teóricas sociales y teorías comunicacionales

Las ciencias sociales son particularmente aquellas áreas del saber cuyo objetivo fundamental es conocer, explicar y comprender los hechos de la sociedad en conjunto y de sus componentes en forma individual. Para hablar de ciencia en carácter estricto debemos referirnos a tres requisitos fundamentales que una disciplina debe tener y son: el objeto de estudio, el método y una teoría propia.

Por las razones apuntadas *“es más pertinente concebir a la comunicación como un campo, es decir, como un universo de relaciones específicas desarrolladas entre ciertos fenómenos y elementos y que delimitan un espacio de conocimiento y acción reconocible.”* (Torrice, 1997:19). A partir de estas reflexiones el hecho de considerar a la comunicación social como ciencia todavía tiene un amplio escenario de debate y resulta más pertinente considerarla como un campo de las ciencias sociales.

Pero también es prudente señalar que si la comunicación social es un campo comunicacional, ¿qué supone?

“supone objetos varios, entornos, funciones, interacciones, estructuras y jerarquías, y se refiere a la producción, intercambio (no necesariamente equitativo), intelección y uso de significaciones. (...) [lo que se debe entender entonces es] la comunicación como un campo autónomo (Inter.) disciplinario, lo que supone acercarse a ella respetando su carácter histórico, multidimensional y, por ende, estudiarla desde perspectivas multi o-mejor- interdisciplinarias.” (Torrice, 1997:20)

Luego entonces la comunicación social como proceso y con la característica de ser analíticamente separable de la realidad social y hace referencia básicamente:

”...a un tipo especial de relaciones sociales establecidas mediante la objetivación consiente de contenidos mentales basada en el uso de signos y símbolos de complejidad diversa.

Por lo tanto, el estudio de este campo multivariable se inscribe necesariamente en el campo de las ciencias sociales, es decir en el campo de aquellas ciencias que buscan conocer, explicar y aun predecir los hechos de la realidad humana, tanto individual como colectiva” (Torrico, 1997:20).

Con lo anterior podemos observar que el abordaje epistemológico de la comunicación social no se aparta de los grandes ejes paradigmáticos sociales del conocimiento en su conjunto y sus bases responden a esos lineamientos. Luego entonces los horizontes del conocimiento mediante los cuales se puede llevar a cabo la tarea del tratamiento y observación del campo de la comunicación social¹ deben ser altamente integrales.

Por lo apuntado resulta necesario tener claro que el escenario teórico comunicacional, a partir de considerar que la comunicación social es una más de las dimensiones de lo social y por ello mismo no está al margen de las principales matrices teórico sociales el estructural funcionalismo, la dialéctica crítica, el estructuralismo y el sistemismo, que resultan ser la base sobre la cual se soporta y construye su arsenal teórico, es decir, al ser social no está al margen de estos fundamentos paradigmáticos, aunque claro, es necesario resaltar su particularidad y transversalidad.

2.3. Periodos teóricos comunicacionales

Es importante considerar que si bien estos ejes paradigmáticos impregnan el proceso de construcción de conocimiento y se constituyen en base para los trabajos académicos y de investigación, también es cierto que articulados a ellos están periodos que el trabajo de Erick Torrico sintetiza y caracteriza en su obra “Abordajes y periodos de la teoría de la comunicación” como periodos económico políticos, caracterizados por macro ejes de conflictividad, en el mismo se observan cuatro periodos: la expansión capitalista (1919-1946) cuyo eje de conflictividad es modernización vs. atraso; sigue la guerra fría (1946-1991) con capitalismo vs. socialismo, como conflictividad; la globalización (1991-2001) donde el eje de conflictividad es el corporativismo vs. regionalismo, finalmente, está el destrabamiento hegemónico global (2001-adelante) donde el macro eje de conflictividad es occidentalismo vs. hostilidad extra occidental, cada uno de estos periodos tiene, como matrices teóricas sociales fundamentales, las ya mencionadas.

¹ Las discusiones sobre la pertinencia de asumir la comunicación social como ciencia ha sido y es amplia y se fundamenta en tres elementos claves, y que son de airado debate, sostiene un objeto definido, un método propio y una teoría propia. Sin embargo, nosotros consideramos como un campo y para ello nos sustentamos en el concepto que señala que “*El campo de la comunicación social supone objetos varios, entornos, funciones, interacciones, estructura y jerarquías, y se refiere a la producción, intercambio (no necesariamente equitativo), intelección y usos sociales de significaciones.*” (Torrico, 1997:19-20).

Pero además, cada uno de estos periodos, es marcado por cuadros teóricos explicativos; en el primero está la teoría de la modernización y el materialismo histórico, para el segundo periodo se apunta el cepalismo, materialismo histórico, teoría de la dependencia, teoría crítica y la teoría de la acción comunicativa, en el tercer periodo está la teoría de la interdependencia, los estudios culturales y las teorías de la globalización, finalmente en el cuarto periodo figuran los estudios culturales, el holismo, ecologismo y la neocrítica.

Todo este cuadro nos permite ubicar al campo de la comunicación en el horizonte de las ciencias sociales, aunque con algunas variaciones en el tiempo. Son también cuatro periodos teóricos comunicacionales el primero **el difusionista** (1927-1963) periodo marcado por una concepción que consideraba a la comunicación, como un factor motivacional o inductor del cambio social y el desarrollo, privilegiando sobre todo la dimensión psicológica, psicosocial, semiológica y tecnológica; el segundo periodo es **el crítico** (1947-1987), la base de su concepción comunicacional es considerar a la comunicación como un factor y espacio de lucha ideológica privilegiando la dimensión ideológica, económica, cultural, socio-semiótica y psicosocial; el tercer periodo es **el culturalista** (1987-2001), que concibe a la comunicación como un factor de la construcción o reconstrucción de identidades y de la articulación de la sociedad global tecnologizada, las dimensiones privilegiadas son la cultural, política, tecnológica y económica; Finalmente el cuarto periodo es **el actual** (2001-.....) que concibe a la comunicación como un factor de los procesos de implantación, negociación o resistencia en la recomposición hegemónica global privilegiando las dimensiones tecnológica, económica, cultural y política.

2.4. Los abordajes comunicacionales

Los abordajes, son aspectos particulares que guardan una estrecha correspondencia y relación, con las matrices teórico sociales y sirven para la construcción de definiciones, de herramientas conceptuales, metodológicas y en general para el manejo del campo de la comunicación, Erick Torrico tipologiza en cuatro especies de abordajes:

- a) Pragmático, cuyo aspecto medular se vincula centralmente a *“los efectos prácticos de los procesos de comunicación mass-mediática y su contribución a la estabilidad macrosocial.”*(Torrico 2004:123).
- b) Socio-técnico, fundamentalmente tiene como escenario a las *“consecuencias de las tecnologías comunicacionales sobre la estructuración de la vida social”* (Torrico 2004:123).
- c) Crítico, uno de sus rasgos básicos es su carácter cuestionador considerando a la comunicación como el *“lugar y componente de la lucha por la liberación y la transformación social”* (Torrico 2004:123).
- d) Político cultural, se preocupa por *“vínculos comunicación-cultura”*(Torrico 2004:124)

Pero Torrico avanza más con lo que considera las dimensiones que privilegia cada una de los abordajes, si bien es cierto que cada uno tiene amplios espectros de articulación con diversos espacios disciplinarios, sin embargo, es capaz de destacar los más importantes como psicológica, psicosocial, semiológica, tecnológica, política, económica, cultural y socio-semiótica.

En el corolario de este mapa propuesto por Torrico, que nos permite la ubicación del campo de la comunicación desde las posibilidades temporales y de contenidos, se plantea un concepto más o menos homogéneo de cada periodo. Así el difusionista concibe la comunicación como un factor motivacional o inductor del cambio social y el desarrollo, por su lado el periodo crítico ve en la comunicación un espacio de lucha ideológica, mientras que el periodo culturalista encuentra que la comunicación es un factor de la (re)construcción de identidades y de la articulación de la sociedad global tecnologizada y finalmente el periodo actual conceptualiza a la comunicación como un factor de los procesos de implantación, negociación o resistencia en la recomposición hegemónica global.

Todos estos elementos abordados nos permiten ver con mucha lucidez el amplio escenario en el que todavía tenemos a comenzar a descender para encontrarnos con la realidad conceptualizada para a partir de ello trabajar, sin embargo para los fines de nuestra investigación cada uno de ellos tienen importantes aspectos que se constituyen en base de estudio de nuestro objeto.

2.5. Los enfoques comunicacionales

Si bien la comunicación social transita por un escenario histórico cuyo amplio espectro son los paradigmas sociales los cuales corren un camino histórico articulado a los periodos económico-políticos y posibilitan cuadros teóricos explicativos de lo social que dan paso también a lo comunicacional que son periodizados mostrando concepciones de la comunicación y las dimensiones que privilegian, pero también generan una amplia gama de enfoques.

Para nuestro propósito es necesario señalar que dado el periodo de estudio de nuestro objeto básicamente consideramos elementos del periodo difusionista y del periodo crítico y culturalista, con ello se pretende dotarle de un aparato teórico conceptual que nos ayude a entender la situación de la práctica radial en nuestro país en la década de los ochenta, tanto desde un contexto global, como desde una perspectiva nacional y fundamentalmente local, se plantea la utilización de elementos de algunos de los enfoques de abordaje de la comunicación.

Por la importancia y necesidad de sus aportes teóricos, el enfoque de la industria cultural, que plantea entre sus principios generales que las organizaciones empresariales tienen como función la reproducción ideológica y social, producen, distribuyen, comercializan, importan y difunden mercancías de consumo masivo y contenido simbólico que son precisamente los productos culturales que producen las empresas, se constituye en una base importante referente en términos generales para encarar el trabajo puesto que entre los horizontes articuladores de la práctica radial del objeto estudiado se percibe una marcada acción a identificar estos productos culturales y enfrentarlos, y con ello enfrentar esta industria.

Un segundo enfoque guía teórico que se utiliza es la dependencia cultural, el mismo si recordamos plantea que comunicación busca una imposición de valores, normas, creencias

y estilos de vida ajenos a los países latinoamericanos a partir de la influencia cultural de los Estados Unidos canalizado por el flujo comunicacional. En este horizonte el medio de comunicación estudiado parece concebir el escenario y por ello mismo parece articular una acción pro activa en contra de esa imposición.

El imperialismo cultural que plantea que los medios de comunicación son instrumentos que posibilitan la ampliación y consolidación del capitalismo estadounidense utilizando la comunicación masiva como un elemento de influencia, que resulta negativa para las culturas propias, de ampliación y expansión de los mercados. Esta visión general es articulada a la investigación y en particular al accionar del medio de comunicación específicamente estudiado en el que se percibe una posición y acción, a partir de diferentes elementos, que utiliza para contrarrestar esta acción.

Finalmente por las condiciones objetivas de desenvolvimiento y accionar del medio estudiado resulta inevitable el uso de los criterios generales del enfoque de la comunicación alternativa y popular que centralmente plantea una comunicación contestataria de sectores populares de las sociedades dependientes que deben buscar el cambio social y llevar adelante prácticas opuesta y diferentes a los medios comerciales y a las estructuras transnacionales.

También es necesario rescatar el espíritu del enfoque de la Transmisión eficiente y eficaz fundamentalmente en sus elementos que hacen a la capacidad que tienen los medios masivos para enviar mensajes con fidelidad, velocidad y evitando los ruidos, se utilizan estos criterios por las características de los medios en el periodo de estudio que se realiza.

Difusión de innovaciones que como enfoque ve a los medios masivos como difusores de modelos aportados por una cultura dominante para que sean adoptados por otra cultura aceptante, también brindan elementos para el manejo de la investigación.

Estos enfoques resumidos brevemente y en aspectos específicos de interés para el trabajo nos permitirán dotarnos de una importante base teórica que posibilitará una aproximación desde diferentes planos al escenario amplio de estudio del objeto planteado.

2.6. La comunicación masiva

Para iniciar una aproximación a la comunicación masiva, es necesario comenzar por encontrar definiciones que nos permitan hacer más operativo el sentido de la comunicación y por ello partimos del criterio de conceptualizarla como “un *“proceso social [que implica la utilización de un] conjunto de capacidades que los seres humanos tienen para producir y para construir significaciones y sentidos”* naturalmente que esto implica que la comunicación es un espacio *“donde interactúan dos o más individuos dentro de una estructura social utilizando códigos comunes que les permiten compartir significados”* (Camacho, Navarro, Zeballos 1999:16).

Vista así la comunicación como una relación dinámica en que intervienen diversos factores, también se puede hacer una tipologización de formas de comunicación, los teóricos han

identificado al menos cuatro muy importantes, estas son la intrapersonal, interpersonal, grupal y la masiva.

En el trabajo Comunicación masiva de la audiencia a la competencia de Carlos Camacho, Edgar Dávila y René Zeballos, se consideran conceptualmente estas diferentes formas de comunicación de la siguiente manera: La Comunicación Intrapersonal como un proceso interno de cada persona consigo mismo, aunque esta forma de comunicación es cuestionada por muchos por no considerarlo un acto social. La Comunicación Interpersonal es considerada como un proceso de intercambio de información y sentimientos entre personas que utilizan un mismo código de signos. La Comunicación Grupal se la entiende como un conjunto de personas que interactúan entre si a través de signos iguales.

Dadas las características de la investigación que se encara la forma de comunicación que más nos interesa conocer es la Masiva, es aquella hecha por los medios, se diferencia por que la fuente es una institución, el emisor una persona o un grupo especializado, el mensaje es elaborado para grandes públicos y hecho para convertirlo en mercancía por su valor comercial, el canal son equipos que conducen el mensaje, la relación emisor receptor es impersonal y unidireccional, el receptor generalmente no tiene posibilidad de respuesta, el receptor es considerado como un público amplio.

Los medios masivos son clasificados como: impresos, sonoros, visuales, audiovisuales y multimedios. Los medios masivos sonoros son aquellos que utilizan como herramienta fundamental el sonido para la elaboración de sus mensajes entre ellos se encuentra la Radio medio que tiene su propio lenguaje para la elaboración de sus mensajes.

2.7. La Radio

Existe una amplia gama de definiciones sobre radio considerando los diferentes teorías, momentos y enfoques de la comunicación por ello proponemos un concepto que se articula a los objetivos y propósitos de la investigación, para ello definimos la radio como un *“medio de comunicación masivo que se vale de recursos [productivos] (...) y tecnológicos (...), para producir (...) mensajes (...) auditivos con un lenguaje propio [que puede o no reproducir y recrear la realidad] humana (...) Para luego transmitirlos comunicativamente a través de señales electromagnéticas por el aire-espacio a cientos, miles , millones de perceptores que escuchan los contenidos de su preferencia, para así interactuar con el entorno social.”*(Valdez 2006:16)

En la definición podemos claramente apreciar dos componentes, por un lado su naturaleza técnica y por el otro su carácter estrictamente comunicacional, para vellos veamos las características de cada uno de ellos.

2.8. Consideraciones técnicas de la radio

En general el principio fundamental de funcionamiento de la radio es la transmisión de señales eléctricas a distancia debido a la propagación de ondas en el espacio, de ello es que se le llama radiodifusión (Radio, que en realidad hace referencia a radiar, entendiendo

como producir la radiación de ondas y difusión como la propagación de estas), las ondas radioeléctricas difundidas se definen por su número de oscilaciones en un determinado tiempo a lo que se le llama frecuencia y a la distancia que recorre en una oscilación se le llama longitud de onda.

Cuando hablamos del tipo técnico de comunicación que se verifica en la práctica radial, estamos haciendo referencia a una comunicación inalámbrica, la que se realiza a través del espacio o el aire por donde se transmiten los mensajes a través de ondas electromagnéticas, que se las conoce como ondas de radio. Si recordamos las ondas son perturbaciones que se propagan a través de la materia aunque también lo pueden hacer en el vacío como las electromagnéticas

Una de las características fundamentales de las ondas electromagnéticas es su propagación en línea recta sin embargo estas se reflejan o rebotan en las capas superiores de la atmósfera (en la ionosfera), aunque es necesario señalar que no todas las ondas electromagnéticas rebotan en la ionosfera sólo aquellas menores a los 15 megahercios de frecuencia.

La frecuencia debemos entender como el número de ondas que se propagan por unidad de tiempo, en general el segundo. Las frecuencias son el elemento que sirve para caracterizar las ondas de radio y para clasificar sus rangos y bandas de frecuencia, se conoce de frecuencias altas, medias y bajas.

La radio transmite en general mensajes de sonido (audio) para ello se generan ondas de frecuencia baja, las cuales son atenuadas en el aire y por ello recorren distancia muy pequeñas, por esta razón se recurre a las ondas de altas frecuencia que son capaces de recorrer grandes distancias. Por tanto para transmitir mensajes radiales sonoros (o de audio) es necesario utilizar dos señales combinadas que se las conoce como la onda portadora (frecuencia alta) y la moduladora (frecuencia baja).

Existen dos posibilidades de combinar con fines radiales las ondas, por un lado está la modulación en amplitud, conocida como Radio en Amplitud Modulada AM, en esta combinación la amplitud de la onda portadora varía en función de las variaciones de la onda moduladora. La otra forma de combinar es la de modulación en frecuencia, más conocida como frecuencia Modulada FM, donde la frecuencia de la onda portadora la que varía en función de la onda moduladora.

La frecuencia Modulada *“logra reducir el ciclo de las vibraciones eléctricas, haciendo más directa su propagación: da mucha más fidelidad y pureza al sonido, con menores potencia y menores áreas de cubrimiento, pero con mucha más nitidez y calidad, ya que es más fácil controlar los ruidos y los efectos extraños que dañan el mensaje sonoro”* (García, 1998:23), por ello es que se considera que la Frecuencia Modulada es de mejor calidad por cuanto es menos sensible a interferencia y ruidos, pero también tiene su limitación por que sólo se transmite a distancias cortas.

Pero sin embargo la radio no sólo implica la emisión de ondas, sino también la recepción de las mismas, por ello es que se puede hablar de un sistema que implica dos procesos: el de emisión que consiste en una fuente sonora (que es registrada por cualquier dispositivo) esta pasa a un amplificador para posteriormente ir a un modulador luego a la antena para su

radiación, tras ello se entra a una segunda fase que es la de recepción que consiste en la recepción de ondas por una antena, estas pasan a un demodulador, luego se dirigen a un amplificador y de él a un parlante, así la radio se convierte en un medio de comunicación que involucra estos dos procesos cuyo eje central es la transmisión y recepción de sonidos (voz, efectos y música).

2.8.1. La radio inalámbrica y la alámbrica

Es necesario señalar que dado el desarrollo al que hemos llegado en los últimos tiempos ahora se pueden ver formas importantes de comunicación radial desarrolladas de dos soportes los inalámbricos que implican la comunicación, y con ello la emisión y recepción de mensajes, a través del espacio o la atmósfera y el aire (aunque también se lo puede hacer a través del agua y otros elementos) su fundamento básico es la emisión y recepción de ondas. Un segundo tipo que se ha desarrollado fuertemente en los últimos años, es el de las comunicaciones radiales a través de soportes alámbricos que tiene lugar utilizando líneas o cables mediante los cuales se transmite impulsos eléctricos y otros tipos de señales.

En el primer caso, en las inalámbricas, tenemos la tradicional que ya fue explicada ampliamente, resta sumar entonces a esta la radio satelital que implica también el uso de ondas con la diferencia que estas alcanzan satélites artificiales que circundan la tierra en órbitas fuera de la atmósfera a distancias relativamente cercanas, los cuales se encargan de cumplir ya sea la función de reflejar la señal recibida hacia otros lugares (es) de la tierra (satélites pasivos), o amplificar las señales que reciben para luego distribuirlas en otros lugares (satélites activos), este trabajo significa el uso de un soporte o tecnología desarrollada especialmente para esta tarea.

El segundo caso corresponde a la comunicación radial alámbrica que es aquella que utiliza cables y alambres mediante los cuales se emiten pulsos o impulsos eléctricos, en este tipo las más conocidas son la radio por cable, por fibra óptica y por Internet (real audio).

Es necesario señalar que en el último tiempo se han desarrollado modos mixtos que utilizan tanto medios inalámbricos como alámbricos para posibilitar la comunicación radiofónica.

2.9. Componente comunicacional de la Radio

La radio es un medio de comunicación masivo exclusivamente sonoro que a través de la voz humana, la música y los efectos (eventualmente el silencio), producen una comunicación auditiva, esto implica que la radio es un medio de comunicación que utiliza como insumo fundamental el sonido que es *“una sensación que se produce en nuestro oído debido a la vibración de los cuerpos”* (Sauma, 2000:17).

“Por medio del sonido somos capaces de transmitir sensaciones, conceptos o representaciones [es decir] (...) a través del sonido codificamos una serie de signos, con los que el receptor crea determinadas situaciones o imágenes. Este código comunicativo presenta distintos niveles de percepción e interpretación, dependiendo de los mecanismos –racionales o emocionales- que intervienen en su proceso de descodificación.” (Ortiz, Marchamalo, 1997:67).

A partir de estas consideraciones el sonido es creador de sensaciones, tiene la capacidad de asociar a imágenes o situaciones conocidas y también es asociador de la memoria afectiva.

La radio al igual que otros medios de comunicación tiene una variedad de características, limitaciones, potencialidades y varios factores que le dan su rasgo particular como medio de comunicación masivo.

2.10. Naturaleza de la Radio como medio masivo

Cuando nos referimos a lo masivo de la radio queremos centrar el hecho de la capacidad cuantitativa de los participantes del hecho comunicativo que se fundamenta en una cantidad de características que básicamente se las puede resumir en las siguientes:

- Simultaneidad, la “posibilidad de llegar a muchas personas al mismo tiempo” (Kaplun 1978:48) que muchos puedan escuchar simultáneamente.
- Cobertura, el alcance que tiene en términos de distancias, por que puede llegar a regiones tanto cercanas al lugar de emisión como lejanas a este punto sorteando así las distancias.
- Poder de penetración, de entrar a cualquier lugar que exista un receptor.
- Su vocación participativa, ya que es un medio muy flexible a la participación de los oyentes sin mayores consideraciones sobre su condición.
- Es un medio barato para que acceda el oyente.
- No requiere de condiciones físicas o intelectuales especiales para ser parte de una audiencia.
- Acceso directo a los destinatarios.

Estas características son las que posibilitan su carácter de medio de comunicación masivo a la Radio

2.11. Limitaciones de la radio

Con base en los criterios de Mario Kaplun, se puede señalar que la radio también tiene limitaciones por su propia naturaleza, entre ellas están:

- La unisensorialidad, hace referencia a que el receptor o perceptor sólo utiliza un sentido, el oído, para acceder a los mensajes, la consecuencia de esta limitación puede ser el cansancio y/o la distracción.
- La ausencia de interlocutor es otra limitación, esto implica una relación impersonal que no sólo es de la radio sino de todos los medios masivos, pero que puede tener como consecuencia el desconocimiento de sus reacciones.
- Unidireccional por que el mensaje va en una sola dirección del emisor al receptor lo que puede crear una dependencia y contradependencia.
- La fugacidad de los mensajes significa que estos pasan con velocidad y son de corta duración como para revisarlos o volverlos a escuchar “... *los oyentes de radio no tienen la posibilidad de detenerse (...) analizar o retroceder para*

reestablecer el sentido de una frase...” (Ortiz, Volpini, 1995:20), por ello suele recurrirse a la redundancia que puede traer una consecuencias como la limitada capacidad de información o la monotonía.

- Auditorio condicionado que implica que la gente puede *“oír la radio más que escuchar”* (Kaplún, 1978:54). Sus consecuencias son la atención superficial, inconstancia, limitada receptividad a mensajes de cambio.

2.12. Las posibilidades y los recursos

- Poder de sugestión, se constituye en una de las grandes posibilidades ya que los mensajes auditivos radiales sugieren, inducen o generan la creación de imágenes o ideas.
- Comunicación afectiva por que sus mensajes pueden generar una variedad de sensibilidades por la utilización de uno de los sentidos más ligados a la vida afectiva del hombre como es el oído.
- Empatía es aquella identificación que se consigue o se logra entre el emisor y el receptor es *“saber sintonizar con el oyente”* (Kaplún, 1978:64).
- Relación de identificación se da porque al margen de que existe un auditorio condicionado la radio *“establece relaciones que responden a necesidades culturales y motivaciones psicológicas hondas”* (Kaplún, 1978:68) que se contraponen a ese oír la radio más que escuchar.

2.13. Otras características del medio radiofónico que complementan su peculiaridad

Al margen de las limitaciones y potencialidades ya apuntadas del medio radiofónico, existen otro grupo de características muy importantes que de alguna manera distinguen a la radio *“El medio radiofónico, su tecnología y sus recursos económicos [además sus recursos humanos] condicionan (...) la naturaleza de sus mensajes. También la audiencia, su comportamiento y su respuesta ante el medio afectan al proceso comunicativo. Así, emisor y receptor determinan, necesariamente, la forma y los contenidos de la comunicación radiofónica.”* (Ortiz, Marchamalo, 1997:17). Por ello y a fin de conocer todas las características y rasgos que hacen a la radio complementamos con los siguientes:

- a) Creativa, entendemos como la capacidad de producir algo de la nada, es decir, de inventar o de concebir, acaso de originar, pero también entendemos la creación en la visión de la recreación, es decir, como una actividad creadora de diversión, de esparcimiento o entretenimiento.
- b) Actualidad, que involucra la inmediatez, es decir, los hechos las situaciones o los acontecimientos en tiempo presente, instantáneamente.
- c) Cotidianeidad, entendiéndola desde dos dimensiones, desde la visión de la compañía diaria, y desde el protagonismo del oyente en los diferentes hechos situaciones o actividades de la dinámica social.
- d) Diálogo, referido a la conversación o a la posibilidad de *“...facilitar al oyente el acceso a la comprensión de la realidad y le ofrece la oportunidad de manifestar su opinión sobre los hechos.”*(Ortiz, Volpini, 1995:20).

- e) Medio caliente, en este aspecto se hace referencia a dos visiones, la primera tiene que ver con la consideración que hacía McLuhan, según Martínez Albertos, que la radio era un medio caliente *“por que la participación del público es baja, la definición de su mensaje es alta y exige una gran dosis de información y, además la reacción que provoca es de carácter exclusivo”* (cit. en Ortiz, Volpini, 1998:21), este aspecto hace referencia al grado de participación que el receptor presta a cada emisor. La segunda visión tiene que ver con el mundo de las sensaciones, Merayo Pérez sostenía que *“el medio caliente está vinculado a lo emotivo; la radio provoca en la capacidad de imaginación del destinatario, en su recreación, mayores estímulos que la televisión”* (cit. en Ortiz, Volpini, 1998:21).
- f) Creación de imágenes sonoras, es el ver la realidad, crearla o imaginarla para transmitirla a través del sonido y lograr que el receptor pueda imaginar o reconstruir la misma.

2.14. El lenguaje radiofónico

La realidad objetiva de la práctica radial y su instrumento básico, el sonido, ha mostrado la existencia de un código con una suerte de reglas y a partir de ello se estructura un lenguaje que posibilita discurso. A partir de ello se define que el lenguaje radiofónico *“es el conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioyentes”* (Balsebre, 2000:27).

2.14.1. Elementos del lenguaje radiofónico

Miguel Ángel Ortiz y Jesús Marchamalo en su trabajo *“Técnicas de comunicación en radio”* sostienen que *“a la hora de crear determinado ambiente sonoro hay tres elementos en los que se basa el montaje radiofónico. Música, efectos y palabra, combinados de forma correcta, son los que aportan los códigos suficientes para que el receptor genere la imagen correcta que se intenta transmitir”* (Ortiz, Marchambo 1997:73) *“...los mismos que al ser variados crean diferentes significados. A estos tres elementos claves del lenguaje radiofónico, algunos autores suman un cuarto: el silencio, entendido también como un recurso de montaje o dramático”* (Torrez, 1985:15).

De los criterios expresados y revisados en otras publicaciones existe una total convergencia en sentido de señalar como elementos del lenguaje radiofónico a la palabra, la música y los efectos sonoros, aunque si algunas divergencia sobre el silencio donde existen apasionados debates, pero en nuestro caso consideramos a este como un cuarto elemento. Pero comencemos a desagregar cada uno de estos componentes y sus características:

a) La palabra

La voz humana es el conductor clave para transmitir todo tipo de mensajes e ideas, se convierte en el vehículo fundamental “...para la información, conceptual, estructurada en tanto que lenguaje...” (Ortiz, Volpini, 1998:43), cumple una variedad de funciones entre las más destacadas y fundamentales podemos citar a la función emocional, cuyo aspecto central es la de transmitir sentimientos, sensaciones y emociones. Otra función altamente importante es la descriptiva, informativa y la persuasiva.

b) La música

La música es el elemento del lenguaje radiofónico que tiene “...el poder y la capacidad de crear o traer a la mente imágenes complejas [o simples y] o vivencias.”(Torrez, 1985:23). La música es una secuencia organizada que se produce de forma, tanto simultánea, como consecutiva de sonidos modulados, ruidos y silencios, que atienden a la altura, duración volumen y dinámica, para producir sentimientos, efectos y/o significados.

Entre sus funciones fundamentales podemos citar:

- a) *Función de Contenido*, que puede ser: de *Independencia* cuando aparece separada de la voz humana; *Objetiva* cuando sustituye a la palabra en la descripción; *Descriptiva* cuando sitúa en el ambiente donde se desarrolla la acción; y *Subjetiva* cuando busca respuesta emotiva del oyente.
- b) *Función de Acompañamiento*, es exclusivamente estética, es decir sirve de fondo o en un plano secundario.
- c) *Función Ortográfica*, cumple la tarea de puntos y comas en los que hace al lenguaje radiofónico.

c) Los efectos sonoros

Son los sonidos del ambiente o sitio donde se desarrolla un hecho, acción o situación, es el acompañamiento. Este puede ser de tres tipos el llamado: *Ruido Objetivo* el que suena tal como es (lluvia, viento, etc.); *Ruido Subjetivo* el que se produce para crear una situación anímica sin que el objeto productor forme parte de esa acción; y el *Ruido Descriptivo* el que inventamos para producir sonidos irreales fantásticos (ángeles, ovnis, etc.)

Entre las funciones fundamentales de los efectos sonoros podemos mencionar las siguientes:

- a) *Función Descriptiva*, ayuda a acompañar la escena que se desea visualizar.
- b) *Función Expresiva*, crea el clima propicio para emociones (suspense, temor, miedo, incertidumbre, alegría, etc.).
- c) *Función Narrativa*, la que se encarga de contar algo.
- d) *Función de Adorno*, para ambientaciones o adornar los espacios.

d) El silencio

Viene a ser la carencia de sonido, aunque en la naturaleza no existe una carencia absoluta de sonido, lo que en realidad se entiende es la carencia de sonido como la ausencia de

frecuencias audibles para el hombre², luego entonces este elemento puede ser utilizado con objetivos que la construcción de mensajes establezca.

Los silencios según Máximo Estévez (cit. En Torrez, 1985:32) pueden ser de dos categorías silencio absoluto y silencio de medida o relativo; los primeros son de palabra; los segundos son aquellos que ilustran efectos o estados de ansiedad.

2.15. La producción radiofónica

Es un proceso articulado de actividades que terminan con la obtención de un bien o servicio, en el caso de la actividad radial, la producción hace referencia a la elaboración de programas radiales o productos radiales.

Todo proceso de producción implica responder las siguientes preguntas: ¿qué producir?, ¿con qué producir?, ¿cómo producir?, ¿cuándo producir?, ¿dónde producir? y ¿para quién producir? las respuestas a estas preguntas son de alto valor, por que implican elecciones y toma de decisiones.

Para fines de nuestro trabajo podemos responder algunas de ellas, por ejemplo, ¿con qué producir? La respuesta es sencilla, para producir cualquier bien o servicio se requieren fundamentalmente cuatro factores productivos: capital (que vendrían a ser maquinarias y equipos, o todo lo que se consideran bienes de capital), recursos naturales (en el caso de la radiofonía es el espacio radioeléctrico, porque, por allí se propagan las ondas electromagnéticas), trabajo (son los recursos humanos que utilizas para la producción radial) y finalmente, las habilidades empresariales (que son los sistemas administrativos de organización y gestión).

¿Cómo producir? es otra pregunta que en la producción radiofónica tiene una respuesta, a través de un proceso que implica dos grandes actividades: La pre producción, dividida en dos partes, la planificación y organización y la guionización. La segunda parte, la producción que a su vez puede ser grabada o en directo.

Finalmente, está la pregunta ¿qué producir?, para fines de nuestro trabajo, es la pregunta más importante, y la respuesta es sencilla, programas o productos radiofónicos. Estos tiene dos elementos destacables que cada producto es igual en algo (género) pero tiene una particularidad concreta y objetiva que lo diferencia (formato). Estos dos aspectos son los que se investigarán.

2.16. El género radiofónico

La palabra género tiene raíz griega que significa generación u origen, básicamente son “...modelos abstractos...” (Vigil: 1997:126) y muy generales, es decir que toda

² Si recordamos “un sonido es audible por el ser humano cuando alcanza una frecuencia de 60 a 1700 ciclos por segundo, aproximadamente. Más allá de 1700 ciclos por segundo, el oído normal promedio no percibe nada más.” (Beauvais, 1989:271)

producción radiofónica tiene características globales que son comunes y las cuales pueden ser aglutinadas o agrupadas en diferentes bloques con características similares, a los que se llaman géneros. Esto implica que los productos radiales radiofónicos que tienen elementos comunes son identificados como de un mismo género, entendiéndose entonces que un género es un “*conjunto de características comunes de una especie*” (Valdez, 2006:134) o en este caso de una producción radiofónica.

Los géneros radiofónicos vendrían a ser “... *las diferentes modalidades de creación [de producción radiofónica] (...) destinadas a ser divulgadas a través de cualquier medio de comunicación...*” (Ortiz, Marchamalo, 1997:97) para nuestro caso medios radiofónicos.

Los géneros radiofónicos que aglutinan a producciones radiofónicas con rasgos similares constituyen en última instancia “... *las primeras distribuciones del material radiofónico, [es decir que son] las [primeras] características generales de un programa... [o de una producción radiofónica]*” (Vigil, 1997:126). Se puede considerar a los géneros como una especie de casilleros de producción pero también como modos de relación entre emisores y receptores.

2.17. El formato radiofónico

Si los géneros radiofónicos son categorías abstractas, existen elementos concretos de la producción radial, ellos son los formatos. La palabra formato tiene raíz latina que significa forma, es decir, la disposición de las partes en una producción específica radial, se constituye en un elemento objetivo, concreto de la práctica radiofónica, se puede decir que son “...*las estructuras en las que se vierten los contenidos...*”(Vigil, 1997:126) de la producción, son también considerados “...*moldes concretos de realización...*”(Vigil, 1997:126), son las características típicas de la producción, esto implica que el formato se constituye en la “...*estructura radiofónica más adecuada para vehicular contenidos...*”(Kaplun, 1978:127).

CAPÍTULO III
Contexto histórico
(una visión política, económica y
social)
de la década de los 80's

3. Marco histórico

Para llevar adelante la tarea de indagar los rasgos fundamentales de la práctica radial en la década de los 80, es de alta necesidad ubicarnos en ese contexto histórico. Naturalmente para cumplir con ello es indispensable el utilizar un criterio metodológico que nos ayude a comprender la multidimensionalidad de factores subyacentes a condensar esta compleja realidad, por eso nos valemos de al menos tres escenarios o campos que están altamente articulados, pero sin embargo, es posible analizarlos por separado; ellos son el campo político, económico y social. Con una visión de cada uno tendremos un ligero panorama de ese contexto histórico, claro está que todo se sujeta a diversidad de visiones y enfoques con los que se miró o mira en la distancia ese momento, de todas maneras la intención aquí es sólo brindar elementos que nos ayuden en una ubicación referencial de ese periodo.

Para cumplir el propósito, metodológicamente es necesario dividir en al menos dos periodos, uno antes de 1985 y el otro después de 1985, la razón clave para asumir esta decisión es la dictación del DS 21060 en nuestro país ha significado un momento de inflexión histórica, el inicio de un proceso de profundas transformaciones las cuales *“se inician en 1982 con la recuperación de la democracia, cuyo antecedente inmediato consiste en la crisis del autoritarismo militar, por un lado, y el agotamiento del patrón de acumulación minero-estatal que caracterizó el funcionamiento del país desde 1952, por otro lado adquieren su orientación estructural con el Decreto Supremo 21060 de 1985, que modifica sustancialmente el régimen socio-económico”* (Grebe, 1998:17) lo que equivale a hablar de un momento de inflexiones políticas, económicas y sociales.

3.1. Antes de 1985

Para hablar de este momento es de alta importancia el referirnos al patrón de desarrollo de nuestro país que entra en crisis en ese periodo, si recordamos uno de los rasgos más relevantes y característicos del patrón de desarrollo de Bolivia ha sido *“...el uso no regenerativo de su capital natural...”* (Grebe, 1998:18), es decir, el uso de sus recursos naturales renovables y no renovables lo que se ha constituido como vocación productiva primario exportadora. Este rasgo fundamental de corte económico ha caracterizado relaciones políticas y sociales, marcadas, en este último escenario por la *“lentitud con la que avanza la integración social y la construcción de ciudadanía en el país”* (Grebe, 1998: 19), luego entonces *“...este carácter primario exportador de la economía nacional ha dejado pues su impronta en la sociedad, la política y cultura del país...”* (Grebe, 1998:19). Estos factores, particularmente en el primer lustro de la década de los 80 comienzan a colapsar, especialmente el constituido a la sazón de los cambios verificados tras la revolución del 52.

Para mostrar con alguna nitidez lo que sucedió en este quinquenio, que por cierto es resultado de todo un proceso histórico que tiene sus raíces en el 52, pero que arrastra aspectos estructurales muy anteriores, resulta de importancia dividir en al menos dos periodos, uno la dictadura (1980-1982) y la democracia (1982-1985).

3.1.1. Periodo 1980-1982

Esta fase tiene sus antecedentes históricos en el derrocamiento de Paz Estensoro y la fragmentación del MNR en la década de los 60's a partir de ello "*... durante los 18 años siguientes diversos grupos e instituciones de la sociedad nacional lucharían por dominar y dirigir las fuerzas desencadenadas en el periodo de la revolución nación nacional...*" (Klein, 1991:251), pero sin dudas todos estos actores buscaron en la fuerza, y específicamente, en las fuerzas armadas, su soporte para acercarse al poder, pero la realidad mostró una nueva oficialidad crecida a la sazón de los momentos revolucionarios del 52, la cual creó un sistema político que "*...justificaba la legitimidad de los gobiernos autoritarios militares como la única vía para la modernización (ideología que en aquellos tiempos gozaba de gran predicamento entre la cúpula castrense de los países sudamericanos)...*" (Klein 1991:252) pero además era apadrinado por los norteamericanos que en el contexto de la guerra fría y la connotaciones de rivalidad ideológica política con el bloque socialista, no limitaban sus acciones para ejercer controles geopolíticos estratégicos en la región. Lo evidente es que el conjunto de la región fue un escenario intrínsecamente articulado a las tendencias de la bipolaridad del momento histórico en nuestro planeta.

En Bolivia este momento histórico representó una cadena de gobiernos militares golpistas "*...se sucedieron los regímenes militares; su política osciló desde el reformismo y la extrema izquierda hasta la derecha reaccionaria*" (Klein 1991:255) posiblemente el resumen de estos periodos los encontramos entre el 1980 y el 1982.

3.1.1.1. El contexto político

Políticamente la década se inicia con el gobierno civil de Lidia Gueiler, que se hizo cargo tras la dura oposición del pueblo a la acción golpista de los militares y específicamente de Alberto Natuch Busch: Posmilitares no pudieron controlar la situación y tuvieron que dejar el poder en manos de Gueiler, sin embargo, este gobierno mostró serias debilidades frente a los militares, lo que naturalmente implicó demasiadas concesiones hasta que finalmente frente al escenario político social se vino una de las peores dictaduras la de García Meza, la cual conculcó los derechos ciudadanos y recurrió al ejercicio de la violencia indiscriminada para enfrentar a los sectores opositores a su gestión (sobre todo partidos de izquierda y organizaciones sociolaborales y populares) en su afán de consolidar su gobierno generó numerosas bajas, pero no sólo eso, significó también grandes actos de corrupción y nexos al narcotráfico, no le fue posible administrar el país por su continua defensiva tanto por la acción de sectores opositores del movimiento social y en el propio ejército donde terminaron finalmente derrocándolo.

Las Fuerzas Armadas habían obligado a García Meza a entregar el mando a una junta de comandantes el 4 de agosto de 1981 optó por nombrar como presidente a Celso Torrelio Villa el 4 de Septiembre de 1981, su gestión se caracterizó por un escenario económico con problemas que comenzaban a crecer, producto de ello se produjo un devaluación monetaria de grandes proporciones que impactó profundamente en la población, también el narcotráfico siguió operando, estos aspectos inquietaron a sectores castrenses que pidieron su cambio frente a los cual flexibilizó su posición y restableció algunas libertades políticas y sindicales, pero eso no le sirvió mucho porque finalmente fue relevado el 19 de Julio de 1982 por la Junta Militar que dejó el poder en Guido Vildoso Calderón el 22 de Julio de 1982.

Vildoso se constituyó en la bisagra de transición de los regímenes dictatoriales a democráticos, su gestión estuvo marcada por ya la emergencia de difíciles problemas económicos y con ellos sociales y políticos por lo que para lograr una salida, y ante la presión popular, optó por convocar al congreso del 80 que eligió a Hernán Siles Suazo como Presidente. La base de todos estos gobiernos tanto dictatoriales como democráticos fue el modelo estatista de desarrollo.

3.1.1.1.1. El modelo estatista de desarrollo

La revolución del 52 fue la que condicionó una presencia importante del Estado, era quien decía y decidía cómo y dónde asignar los recursos, premiando o castigando a determinadas actividades.

Determinaba los principales precios macroeconómicos como la tasa de interés, tipo de cambio, salarios y otros microeconómicos.

Su acción estuvo también orientada a participar como agente productor en el proceso de industrialización, así vimos al Estado en minería, agricultura, industria, servicios, etc.

Entre las principales políticas aplicadas por en modelo de sustitución de importaciones se destacan:

a) Las políticas económicas

- La política comercial dedicada a proteger la industria doméstica a través de tarifas arancelarias elevadas y diferenciadas.
- Política cambiaria, con la aplicación de sistemas de tipo de cambio múltiple o adscripción a tipos de cambio preferenciales.
- Política fiscal, se caracterizó por subsidios indiscriminados, liberalización de créditos e impuestos y créditos que, en la práctica, se convirtieron en mecanismos de transferencias de recursos hacia la industria nacional encargada de ejecutar la política de sustitución de importaciones.
- La política de precios, se dirigió a controlar ciertos precios que eran considerados básicos, los mismos que correspondían a los artículos que conformaban lo que se conocía como la canasta básica y, además, los referidos a los insumos de algunas industrias claves.

b) Las políticas sociales

El objetivo era mejorar el bienestar, pretendía resolver de forma simultanea todos y cada uno de los problemas sociales, esta característica no permitió que se lleven acciones que debían priorizar, ordenar y coordinar la política social.

Era una política de corte asistencial, característica de los países de Latinoamérica, que consistía en dar subsidios para incrementar los salarios nominales y generar empleo.

Esta política dio un marco importante de apoyo a la cobertura en materia de educación, salud y saneamiento básico con programas muy importantes.

3.1.1.1.2. La crisis del modelo de sustitución de importaciones

La crisis del modelo de sustitución de importaciones arrastra elementos seculares que se agudizan a mediados de los 80 con una crisis de producción, un proceso hiperinflacionario sin precedentes y un alto nivel de conflicto político social.

El proceso es explicado de la siguiente manera:

- El modelo se sustentaba en el excedente que genera la minería, constituyéndose en el sostén de la economía y generando ingresos importantes para el fisco mediante las políticas económicas ya explicadas, a esto se adicionan algunos otros sectores como el petrolero. Estos excedentes son canalizados a diversos rubros que no eran necesariamente el de la inversión, sino más bien, el consumo.
- Durante los 70 la coyuntura externa es favorable en precios para los productos de exportación del país, sobre todo minerales como el estaño y petróleo, pero además existe un gran nivel de liquidez financiera externa que origina un nivel de préstamos importante para el país (la deuda externa) que tampoco es canalizado en flujos a la inversión sino sólo al consumo.
- A finales de los 70 y principios de los 80 la coyuntura externa varía existe una tendencia a la caída de precios de nuestros rubros de exportación, pero además la deuda externa se convierte en una gran carga para el fisco por el pago de intereses y amortizaciones. Por si fuera poco los niveles de producción de nuestras materias primas caen sustancialmente y se agudizan las condiciones económicas, sociales y políticas.
- En 1984 la más importante de las empresas del país en la generación de ingresos como es COMIBOL, en vez de generar recursos netos para el fisco pasa a requerirlos, generando con esto a través de la deuda pública con un consiguiente déficit fiscal, inflación vía emisión inorgánica que termina con una colosal hiperinflación.
- El país entra en un colapso económico, social y político que es resuelto en lo económico con la aplicación de un instrumento de política económica llamado D.S. 21060 en el plano social con una política altamente recesiva que genera una enorme deuda social y en lo político con el cambio de gobierno.

3.1.2. El periodo de la crisis 1982-1985

Con el alejamiento de las dictaduras y la recuperación democrática el 10 de Octubre de 1982, el país y la sociedad boliviana creyó que a partir de ese instante se iniciaba un proceso político (con el Dr. Hernán Siles Suazo como presidente y la UDP como instrumento político) que generaría mejores condiciones políticas, económicas y sociales para el país, pero la realidad sería mucho más dura de lo que se creía.

El análisis de este período se sustenta en algunos aspectos de fundamental importancia, como el que en la escena política, donde si bien la UDP llega al poder, se adolece de un gran problema que sería a la postre el que lleve al despeñadero al gobierno y al país, su gran debilidad parlamentaria en términos de cantidad insuficiente para lograr la gobernabilidad en el legislativo y con ello en los espacios políticos, elemento fundamental para la acción del Estado en la toma de decisiones. Este aspecto ocasiono enormes enfrentamientos entre el ejecutivo y el legislativo.

Otro elemento clave en el campo político fue la propia composición de la UDP, que al no ser un partido político, si no más bien un frente integrado por varias corrientes ideológicas, no logró la coherencia y unidad en su acción gubernamental y por el contrario afloraron las diferencias y con ello no se dejaron esperar las disidencias y fragmentaciones, que dieron como resultado un gobierno altamente débil y frágil a la oposición y los movimientos de reivindicaciones sociales.

En el ámbito social, el conflicto fue de una intensidad inimaginable para los gobernantes, afloraron los pedidos de atención a las necesidades y demandas de la mayoría de los sectores sociales del país, desde los laborales hasta los empresariales.

El movimiento sindical de los asalariados fue uno de los más implacables a la hora de exigir la atención a sus demandas con el uso de instrumentos como los paros, las huelgas, movilizaciones, bloqueos y otros no dieron pausa al gobierno para encarar la solución a los problemas.

A raíz del panorama político y social el gobierno ante la carencia de un programa consistente para enfrentar la crisis económica y las diferentes demandas y reivindicaciones opta por la implementación de medidas medias de corte económico basadas en un política de ingresos traducida en la indexación salarial, la emisión orgánica y aumento del déficit como mecanismos de atención a las múltiples demandas de los diversos sectores, opción al parecer errática que tendría un alto costo para el país.

Pero para colmo de males el contexto externo fue uno de los peores y marcado por un distanciamiento político del eje de poder mundial lo que configuró un escenario nada propicio para la acción del gobierno y de su capacidad de negociación con las agencias internacionales. Sumamos a ellos el shock de la deuda externa, la caída de precios en los mercados internacionales para nuestros productos de exportación y finalmente problemas naturales y de otro tipo en el ámbito económico social y político.

El resultado de todo ello un caótico escenario político que termina con el gobierno de la UDP, una crisis económica marcada por la hiperinflación y un ámbito social convulsionado.

3.2. Período 1985-1989

Tras la situación de colapso a la que se llegó hasta 1985, la salida fue por la vía política anticipando elecciones y acortando el tiempo de permanencia al frente del gobierno de Hernán Siles, Las elecciones posibilitan un cambio en la conducción del país, Víctor Paz asume la presidencia y con una visión más clara logra alianzas que le posibiliten la gobernabilidad desde una dimensión política y se inscribe en la corriente internacional que desmantela todo vestigio de lo que significó la vieja visión del Estado todo poderoso para inscribirse en la corriente neoliberal que patrocinan las agencias internacionales y el 29 de Agosto de 1985 emerge el famoso Decreto Supremo 21060 que significa un punto de inflexión histórica ineludible por sus características.

Este instrumento de Política Económica no sólo era eso, sino, era el inicio de una transformación profunda y muy radical del modelo societal del país y con ello de sus estructuras sociales, económicas, políticas y de su desarrollo.

Comienza como un instrumento de estabilización, para luego enfilarse como un programa de ajuste estructural y posteriormente en un conjunto de reformas estructurales. Es un cambio mucho más profundo que una mera política económica es una nueva visión de mundo basada en el mercado y en la actitud individual del hombre en la convivencia social. El 21060 marca una nueva historia Política, Económica y Social en el país que tendría costos muy altos para la sociedad boliviana.

3.2.1. El escenario político

El periodo 1985-1989 es marcado en nuestro país por un periodo democrático que sirve de colchón a las medidas de reestructuración de modelo de crecimiento lo cual de alguna manera va atenuando la erosión social que se presenta en el periodo, es un tiempo de alianzas políticas conducentes a la gobernabilidad y orientadas al interés de grupos económicos internos y externos, donde las transnacionales tienen un papel fundamental en la vida nacional.

En el poder sucedió en la presidencia de la República a Hernán Siles Suazo, Víctor Paz Estensoro, quien obtuvo el segundo lugar en las elecciones de 1985 después de Hugo Banzer, pero el Congreso elige a Paz quien concentra toda sus acciones en enfrentar la crisis económica social y política en el país, su primera gran medida es el DS 21060 instrumento que implica el ingreso del Neoliberalismo en Bolivia, sus medidas de shock le dan resultado, aunque tiene que enfrentar a los sectores sociales, populares y de izquierda afectados por las disposiciones, para ello recurre a medidas muy duras como estados de sitio, confinamientos y otras acciones, al final de su gestión logra el objetivo de detener la inflación y estabilizar la economía pero también inaugurar una etapa de gestión neoliberal que construirá un modelo de estado con grandes asimetrías y la hegemonía de partidos con marcada vocación de derecha que usufructúan del poder por casi 20 años.

El sobrino de Víctor Paz, Jaime Paz, es quien le sucede en la presidencia, tras obtener el tercer lugar después de Gonzalo Sánchez de Lozada y Hugo Banzer, en virtud a una hábil acción política logra acuerdos con el dictador Banzer quien persiguiera a sus partidarios en su época de dictadura. La gestión de Paz Zamora se caracteriza en general en profundizar la consolidación del modelo neoliberal en el país aunque los resultados no son de los mejores en cuanto a gestión y mejoras tanto económicas como sociales.

3.2.2. La Nueva Política Económica

El DS 21060 tiene como su fundamental esencia la liberalización total de las fuerzas del mercado, dejando a ellas la tarea de establecer las relaciones económicas y sociales, incluso llegando a las políticas, de este primer fundamento deviene un segundo que implica la eliminación de intervenciones en el mercado, sobre todo las del Estado, lo que conlleva la contracción o redimensionamiento total, a tal punto de dejarles sólo la tarea de administración, justicia, defensa, seguridad y relaciones exteriores, en resumen se trata de *“quitar al Estado su capacidad de acción en lo económico”* (Ramos, 1985:11).

En forma operativa es un proceso que comienza por liberalizar la economía para después dismantelar al Estado intervencionista. En su primera fase se aplica una política de shock caracterizada por el saneamiento fiscal y la liberalización de los mercados de bienes y servicios y factores, su propósito es restaurar los equilibrios macroeconómicos y lograr la estabilidad.

3.2.2.1. El papel del Estado

El neoliberalismo plantea un Estado redimensionado (pequeño) que sólo tenga funciones de limar las distorsiones del mercado y crear condiciones de infraestructura para los agentes, es decir, se plantea un dismantelamiento del mismo, quitándole todo su poder y tuición en la organización y reorganización de la actividad económica, dejando estas funciones a las fuerzas del mercado. El Estado debe tomar para si aquellas actividades que la empresa privada no tiene interés de desarrollar, debe participar allí donde su presencia sea requerida o necesaria.

En este contexto el Estado debe dejar toda la actividad productiva en manos de la empresa privada, esto significa el traspaso de todas las empresas a manos privadas bajo diversos disfraces que se los conoce como privatización, capitalización, concesión, arrendamientos, administración, etc.

3.2.2.2. La política económica y sus características

La disposición más importante y en la que radica le esencia del Neoliberalismo es la liberalización de los mercados de factores, es decir, de capitales, de mano de obra además de bienes y servicios.

- Política comercial, se liberaliza el comercio exterior, el propósito es el de lanzar a nuestra industria a una competencia abierta con la del exterior para así hacerla competitiva sin considerar las grandes limitaciones que tiene nuestro país. Este instrumento tiene una serie de elementos que ponen en situación difícil al sector en virtud de la especialización en la exportación de materias primas que no tienen mucho valor agregado.

Por otro lado la política de importaciones se puede resumir en los siguientes puntos:

- * Se pueden importar todas las mercancías con excepción de las que afecten la salud pública y la seguridad del Estado.
 - * Se rebajan drásticamente aranceles para productos terminados de consumo y se elevan para materias primas, maquinarias y bienes de producción en general.
 - * No se tiene en cuenta para nada las características de los bienes ya sean de consumo lujoso o de importancia para la producción.
 - * Supresión de cualquier monopolio estatal en la importación.
 - * Eliminación de cualquier restricción a la importación.
- Política cambiaria, la base de esta es la flotación cambiaria, tiene su principal herramienta en el tipo de cambio, por cuanto a través de él, se determina el poder de compra de la moneda local en el exterior, este tipo de cambio se fija por las presiones de la oferta y la demanda, llegándose a un tipo de cambio único real y flexible. Se elimina la obligatoriedad de la venta de divisas al Banco Central de Bolivia y se admite la libertad de compra y venta de divisas sin saber su origen. Otro de los rasgos es la redolarización de la economía
 - En la Política Monetaria se establece un régimen de redescuento automático que sirve para el control cuantitativo y cualitativo de la política monetaria.
 - Política Fiscal, un instrumento mediante el cual se pretende el equilibrio del presupuesto a través de la austeridad y disciplina fiscal, se eliminan subsidios, subvenciones y todo tipo de gastos compensatorios. Se entra en una fase de presupuestos rígidos tendientes a disminuir el déficit. Además se incorpora la deuda pública interna flotante.
 - Política de precios, el mercado es el que determina los precios de los bienes y servicios, el Estado sólo está para corregir algunas distorsiones como pueden ser monopolios u oligopolios, es decir, supervigilar el buen funcionamiento del mercado.
 - Otras disposiciones que trajo el DS 21060 fueron la revalorización de activos, la reactualización de valores catastrales, la reforma monetaria y tributaria y otros más como la dolarización a través del mantenimiento del valor tanto en moneda nacional como extranjera.

3.2.2.3. Política Social

El Neoliberalismo tiene como característica la implementación de políticas recesivas y de contracción en el plano social, esto fue lo que sucedió en la implementación en nuestro país.

Podemos citar la libre contratación, que hecha por tierra años de reivindicaciones y luchas laborales. El congelamiento de salarios, que disminuye en el tiempo el poder adquisitivo. La reducción de personal, que tenía por objeto la utilización con un nivel de intensidad mayor de la mano de obra y el disminuir costos en la producción y por supuesto en la estructuración del presupuesto.

Al ser tan recesiva la política social y por el hecho de buscar una disciplina fiscal, se reducen gastos dedicados a los sectores educación, salud y saneamiento básico, los que progresivamente irán agravando la situación social en los próximos años.

También se implementó una política de ajustes en el uso del factor productivo trabajo, a fin de ajustar estructuras de costos que respondan a los precios del mercado, tanto interno, como externo. La llamada la relocalización, fue uno de esos ejemplos, se introdujo en diferentes ámbitos de la actividad económica, sobre todo estatal, se pretendía migrar trabajadores para ubicarlos en otro ámbito, pero en realidad lo que sucedió fue desemplearlos, esta situación en el aparato público significó miles de trabajadores en la calle.

Este es el escenario general desde el plano político, económico y social que han caracterizado la década de los ochenta, con un momento de gran inflexión que ha condicionado un cambio y ruptura traumática en su mitad y que ha tenido alta influencia en las lógicas de construcción de lo social, y con ello de lo comunicacional, que sirve de marco para encarar la investigación propuesta.

3.3. El contexto de los 80's y la comunicación social

Es por demás sabido que las formas organizativas de la sociedad están intrínsecamente articuladas entre lo económico, político y social, luego entonces al ser lo social parte de ello, y de lo social la comunicación una de sus dimensionalidades que a su vez contiene a la comunicación masiva, entonces es necesario referirnos algunos aspectos fundamentales.

La transición entre el estatismo y el liberalismo en la década de los 80's en el país, ha significado, abrir la compuerta para dar paso, a un sentido de existencia basado en el individualismo, como su dimensión filosófica y de existencia, y con ello, la introducción en la construcción social, del nuevo horizonte de vida con sus variadas y diferentes manifestaciones.

La concepción estatista implicó un rol protagónico del Estado en las diferentes dimensionalidades del país, una de ellas fue la comunicación a partir de los medios masivos, basta mencionar que gracias al impulso del Estado se pudo introducir la televisión en el país a través de Televisión Boliviana (1969) y también los propios canales Universitarios, sin olvidar que tuvo un rol fundamental en la Radiodifusión, sin embargo el advenimiento del "neoliberalismo" implicó a mediados de los 80's, el dar curso a que actúen la oferta y la demanda, como importantes fuerzas que hizo que la iniciativa privada asuma un rol altamente

protagónico en la expansión cuantitativa del número de medios de comunicación masivos privados en el campo televisivo y radial (particularmente en Frecuencia Modulada)

La cantidad de medios de comunicación que se crearon, sin que median sistemas de control, condujo a una situación caótica en un principio en su reglamentación y en el uso de los factores o recursos para la producción televisiva, radial y de otra índole. Pero eso no fue todo, por que esto fue aparejado de una carencia de sentidos propositivos comunicacionales acordes a las necesidades y demandas de la población y del país que se deben investigar.

En general los dos aspectos centrales comunicacionalmente fueron el crecimiento desmesurado de la oferta comunicacional de medios masivos (televisión y radios en FM) y la carencia de propuestas comunicacionales solventes y concurrentes a las necesidades del país y la sociedad.

CAPÍTULO IV

Una revisión histórica de la radio en Bolivia y la radiodifusión en los 80's

4. Apuntes de la Radio en Bolivia

El proceso que permite a la sociedad boliviana acceder a la radiodifusión no está muy alejado en términos de tiempo del que se desarrolló en nuestro propio planeta, todo este desarrollo se lo puede ir viendo por diversos eventos que ya han sido indagados por diferentes investigadores y que en general se los ha segmentados en importantes periodos.

4.1. Primeras experiencia de radiodifusión

Según numerosos estudios de la historia de la radio en Bolivia las primeras experiencias se remontarían al siglo XIX, con precisión al año 1897 cuando se logra un contacto inalámbrico entre dos barrios paceños Obrajes y Miraflores, hecho del que los protagonistas principales los sacerdotes jesuitas José Clerc y Francisco Cerro.

Transcurridos algunos años, en 1912, se consigue una comunicación de mayor alcance entre la ciudad de La Paz y Viacha, este momento histórico es propiciado por los sacerdotes jesuitas Pierre Descottes y Francisco Cerro. El mismo padre Descottes posteriormente realiza transmisiones de comunicación radial con diferentes países de la región con un equipo adquirido en la Argentina, simultáneamente a ello *“se iniciaron las primeras transmisiones de una radio instalada en el observatorio del colegio San Calixto de la ciudad de La Paz, con el código CP 1AA. Esta es, entonces, la primera experiencia de transmisión radial en Bolivia”* (Reyes 1999:47). Este equipo más tarde fue donado al Ejército Boliviano en la trágica contienda bélica del Chaco.

Es un 29 de septiembre de 1928 cuando José Camacho Balcazar inaugura en Sucre C.P.1 Radio Chuquisaca, a la cual apuntan como una de las primeras estaciones radiales, sin embargo no se debe olvidar que ya en el años 1927 se da cuenta de la instalación de una radioemisora en la ciudad de La Paz la cual en forma experimental trabaja durante ese año pero tras la importación de equipo de los EEUU, comienzan sus emisiones de manera formal un 3 de marzo de 1929 Radio Nacional de Bolivia a la cabeza de Rodolfo y Enrique Costas, esta estación radial es en forma oficial reconocida como la primera radioemisora en el país.

4.2. Guerra del chaco

En el año 1932 en el marco de las hostilidades del conflicto bélico del Chaco y frente a la labor que cumplían radios argentinas y paraguayas realizando propaganda contra nuestro país y a favor paraguayo condiciona que en el año 1933, merced a una iniciativa privada y a la recolección de fondos se dote al Centro de Propaganda y Defensa Nacional de equipos para una emisora de largo alcance que más tarde se llamaría Radio Illimani formalmente inicia sus actividades el 15 de julio, esta emisora junto a Radio Nacional se constituyeron en importantes y trascendentales medios de comunicación en la Guerra del Chaco por la labor informativa que cumplieron. Radio Illimani fue estatizada, pasando a propiedad del Estado, el año 1937 durante la presidencia de David Toro.

4.3. Post guerra

Tras el conflicto bélico se verificaron una serie de iniciativas para la implementación de radios, una de esas experiencias fue la de 1935 con radio La Paz CP 1 NA en onda media con una potencia de 15 vatios y una programación de una hora semanal, en un principio, que fue incrementada a 5 horas cuando obtuvo su permiso oficial en el año 1937. También por ese año apareció Radio Cultura CP 19 con alcance a barrios como Miraflores y Obrajes (esta radio cambió su nombre en 1945 por Agustín Aspiazu), Radio Cosmos, Radio El Condor, Radio La noche (más tarde se convirtió en Radio Nación), Radio El Norte (que posteriormente se cambió a Radio Sucre), Radio América (en el año 1961 se convirtió en Nueva América a la cabeza de Raúl Salmón).

4.4. Los 40's

En la década de los cuarenta apareció Radio Amauta, una estación que marcó época en la radiodifusión por la presencia de importantes periodistas y personalidades históricas de la radiodifusión del país. Es necesario señalar que Radio Agustín Aspiazu, que emerge con ese nombre el año 1945, fue otra de las emisoras destacadas, que en una primera fase fue contestataria al MNR, lo que originó que fuera asaltada, destruida y varias veces clausurada. También en la década de los cuarenta aparece Radio Avaroa (que cambió su nombre en el año 1954 a Radio Altiplano) su éxito lo obtuvo sobre todo en la década de los cincuenta.

4.5. Época de la revolución

En la década de los cincuenta, momento histórico revolucionario de alta trascendencia en el país, se verifican hechos importantes en la radiodifusión como que radio Illimani pasa a ser la emisora oficial del Estado nacional, con base en su uso para la propaganda gubernamental. También esa década, en el año 1953, por decreto y utilizando como argumento, el gobierno dispone la fusión de radios consideradas pequeñas y débiles, así nace Emisoras Unidas, resultado de radio La Paz, Bolivar, Kollasuyo y La Noche. El momento de cambio tan importante que vivió Bolivia condicionó la emergencia de radios de corte sindical entre ellas las mineras (que emergen en los 40's), las gremiales (entre ellas fabriles, ferroviarios, constructores, campesinos) y otras, sus principales horizontes de acción eran orientados por conquistas de corte social e ideológico, estas emisoras han sido un importante puntal de la lucha y defensa de la democracia y reivindicaciones en el país y han dado lugar a un interesante y singular modelo de comunicación alternativa. Es importante mencionar que después de la revolución ingresan en la práctica radial el uso de lenguas nativas sobre todo en las radioemisoras del ámbito rural y en las destinadas a éste.

4.6. Los 60's y 70's y las épocas de las dictaduras (las radios mineras)

Tras el proceso revolucionario producto del 52, ya en 1964 se inicia en el país un periodo marcado por la dictadura y gobiernos autoritarios sobre todo militares uno de los rasgos fundamentales que sufrieron las radios es la represión y censura, autocensura también los

silenciamientos y las clausuras. Un aspecto altamente sobresaliente y digno de destacar históricamente es el rol de las radios mineras en este periodo por su valiosa posición combativa y comprometida con los trabajadores y sus reivindicaciones y por su manejo comunicacional al constituirse en un referente de la comunicación popular y alternativa y un modelo de autogestión. Si bien la aparición de estas emisoras no datan de ese momento, sino de mucho antes, es el caso de Radio Sucre de 1947 próxima a los distritos de Siglo XX y Catavi, o la Radio La Voz del Minero también de ese año y considerada como la primera emisora minera perteneciente a la FSTMB, en 1952 en Catavi se fundó Radio 21 de Diciembre posteriormente hasta los años sesenta alcanzaron a un total de 18 radioemisoras. Estos medios de comunicación se constituyeron durante el periodo de gobiernos dictatoriales en verdaderos escenarios de resistencia. Un caso digno de destacar fue el de la radio católica Pio XII que de un trabajo evangelizador paso a seguir la línea minera.

En la década de los setenta las radios mineras soportaron una serie de situaciones como las intervenciones, asaltos, silenciamientos y destrucciones, sin embargo su acción y trabajo ha sido altamente en la lucha por la democracia. También es necesario rescatar en los finales de la década de los setenta y principios de los ochenta las grandes cadenas conformadas por estas radios y otras de carácter religioso.

4.7. La Iglesia en la Radiodifusión del país

Al revisar la historia de la radiodifusión en nuestro país es ineludible encontrarse con un actor altamente importante en la comunicación masiva, y en particular en la práctica radial, nos **referimos a la Iglesia** su papel ha sido importante y se lo puede rastrear a partir de la creación de radio FIDES el año 1939 durante la presidencia de Germán Busch iniciativa de la Compañía de Jesús tuvo como su primer director al padre Pierre Descottes, en sus inicios su rasgo fundamental fue evangélico con algo de música clásica, luego se constituye en la primera emisora en contar con un departamento de prensa. En los años 70 fue donde si hizo notable a nivel nacional con una importante influencia, uno de sus programas más importante fue Vanguardia Informativa del País. En los años 80 toma trascendencia en su labor los programas participativos y de apoyo a los problemas barriales y vecinales, pero también con su programa La Hora del País logra un factor importante de integración.

Otra de las facetas altamente valiosas del trabajo de la Iglesia en el campo radial es el escenario educativo, una muestra de ello es Radio San Gabriel, que fue fundada el año 1956 en la población de Peñas, se lo hizo en medio de profundos cambios que vivía nuestro país, la propuesta fue de los padres de la congregación de Maryknoll quienes, como un mecanismo para solucionar los enormes problemas educativos de la población altiplánica, constituyeron una radioescuela con un dispositivo grupal adicional que enseñaba a leer y escribir, más adelante intervino en forma cooperante el Estado con el proyecto de Sistema de Autoeducación de Adultos a Distancia SAAD. Pero También Radio San Gabriel creó el año 1985 una Radio en FM en la ciudad de La Paz con el nombre de Color, la propuesta se sustentaba en la consideración de un divorcio entre la población rural y urbana que se evidenció ya en los conflictos campesinos de 1979 e intentaba constituirse en un puente entre el campo y la ciudad, iba dirigida a la clase media para revalorizarla culturalmente, fue una radio de servicio que cambió los esquemas radiales de la época y tuvo mucha aceptación.

La experiencia educativa de Radio San Gabriel luego fue replicada en diferentes regiones del país y para diferentes espacios étnico-culturales es el caso de Radio Bolivia en Oruro, Radio San Rafael en Cochabamba y otras más.

Es ineludible referirse también a otra destacada experiencia de relieve en la historia de la radiodifusión en nuestro país y vinculada a la iglesia es la Escuela Radiofónica de Bolivia (ERBOL), creada en 1967 con un objetivo de corte educativo, pasando de la propia alfabetización a otros ámbitos como la educación no formal, su potenciamiento ha discurrido por una serie de facetas muy importante de contribución a la sociedad, centralmente el comunicólogo Ronald Grebe destaca cuatro periodos de esta propuesta, el primero hasta 1970 sobre todo con programas de alfabetización a áreas rurales y sectores mineros, el segundo desde 1970 hasta 1975 que incluye la producción de programas de formación integral, el tercer periodo del 76 al 80 implica la apertura a formas participación y acceso y finalmente el cuarto de 1980 para adelante con la construcción de un sentido de solidaridad e integración de emisoras y sus públicos. La experiencia ha sido y es valiosa.

4.8. Década de los ochenta

Resulta muy difícil identificar con precisión elementos que nos permitan saber lo que en realidad sucedió en la década de los ochenta con la radiodifusión, y particularmente con la Frecuencia Modulada, sin embargo revisando la publicación Radio y Educación en Bolivia del Centro de Estudios Sociales CENDES, nos encontramos con una pequeña radiografía que más o menos nos da un panorama de lo que sucedía en la radiodifusión de esta década, el trabajo titulado Radio y Educación en Bolivia de Ronald Grebe, José Luís Aliaga, Cecilia Crespo y Patricia Cortéz nos proporciona algunos elementos que son básicos y fundamentales para intentar contextualizar el escenario radial en el país, la publicación data de 1989 y sus alcances contemplan en general años precedentes a esta publicación.

Los autores en la parte pertinente a nuestro interés señalan que al comenzar los ochenta en general no existen mayores cambios en cuanto a los esquemas y las estructuras de la práctica radial apuntan que donde se comienzan a dar cambios ya notorios es en el año 1984 por la incursión de la televisión privada en el país y el boom que esto representó, claro está que las radios sufrieron, por lo menos en el ámbito urbano, un fuerte impacto que básicamente afecta dos elementos, por un lado la pérdida de audiencia fundamentalmente en la noche (en la mayoría de los casos esto obligó a asumir estrategias de adecuación como cambiar su programación o en otros casos disminuir sus horas de emisión), otros de los impactos fue la disminución de ingresos publicitarios por las horas de impacto que produjo la televisión.

Para escudriñar el escenario radial de ese tiempo, el trabajo establece usando como base la clasificación de José Pérez Sánchez, un esbozo de cada una de las tipologías de radios existentes para ese momento. Es necesario apuntar que todavía en la década de los 80, tiene una amplia importancia, en términos de cantidad, la radiodifusión en Amplitud Modulada, que si bien son las más, sin embargo también, en nuestro entender, son las que traen consigo una amplia experiencia e historia institucional y por ello mismo un trabajo más cualificado.

4.8.1. Radios estatales

En general son emisoras que pertenecen al Estado y son financiadas por él, bajo diferentes formas, sin que esto no implique que también podían canalizar recursos de publicidad, propaganda e incluso de venta de espacios. Su señal en general se transmitía en onda media y corta y a nivel nacional con transmisores de alguna manera potentes. Su programación era variada y en algunos casos se articulaba fuertemente al sector de propiedad (como es el caso de las radios militares). Trabajaba con manejo de información en la mayoría de los casos con excesiva dependencia gubernamental o institucional. También incluían en su programación espacios de música nacional. En general su personal era empírico.

4.8.2. Radios Comerciales

En general las radios enmarcadas en esta clasificación son de propiedad privada, en su mayoría personal y familiar, en casos, se ha observado ligazón a disqueras, también a estaciones televisivas. Sus fuentes de ingreso transitaban por publicidad, propaganda o venta de sus espacios, pero también, recursos provenientes de servicios de mensajes. Trabajaban sobre todo en Onda media con potencias que variaban entre 100 W y 10 KW. En cuanto a los públicos, éstas tenían como objetivo sectores populares, aunque las hubo aquellas que apuntaban a sectores de clase media y alta ofreciendo música clásica y selecta. Su programación en general era variada, se notaba una marcada competencia en espacios noticiosos e informativos, también música y radionovelas. La información internacional era nutrida por agencias de noticias, también retransmitían programas grabados (generalmente de obsequio) de países como es el caso de la Voz de América, Voz de Alemania, Radio Suecia, Radio Vaticano y otras. En general el recurso humano no era profesional y se observaba un proceso de circulación o rotación de recursos humanos entre las radios.

4.8.3. Emisoras Sindicales

Estas emisoras tenían como propietarios a organizaciones sindicales, su fuente de financiamiento provenía de aportes de los trabajadores afiliados a la organización, Su programación era variada pero con una marcada presencia en la misma de elementos vinculados a la actividad sectorial y la vida sindical, por ejemplo se producían espacios dedicados a la lectura de documentos sindicales y políticos. También manejaban informaciones y noticias vinculadas a su sector y a otros espacios de la vida nacional, en este segundo caso su fuente eran los periódicos. El personal era empírico.

4.8.4. Emisoras Confesionales

Un primer aspecto para apuntar es que su número no es importante o significativo, eran propiedad de iglesias evangélicas, su financiamiento proveniente del exterior, en general de iglesias confesionales internacionales. Su transmisión la realizaban sobre todo en onda media y corta. Ubicaban su audiencia en zonas populares. Su programación tenía como

elementos transversales a los mensajes religiosos (entre ellos lecturas bíblicas, comentarios evangélicos y salmos), también incorporaban información (en el plano internacional tenían como fuente a la Voz de América, Nederland y Voz de Alemania); los espacios musicales, era otros de sus componentes de programación.

4.8.5. Radios Educativas

Estas emisoras en gran parte eran propiedad de la iglesia, específicamente de órdenes religiosas como los jesuitas, franciscanos, agustinos, arzobispados y otros; su financiamiento provenía de ayuda de las agencias católicas internacionales, convenios con el Estado, aportes de diferentes órdenes, recursos de los arzobispados. Fueron agrupadas en la Asociación de Educación Radiofónica de Bolivia ERBOL. Su difusión la realizaban en onda media y corta con una potencia entre 1 y 10 KW. Su audiencia horizonte era los sectores sub urbanos y campesinos. Entre los rasgos más sobresalientes de su programación estaban los elementos de alfabetización, su vocación educativa y cultural, pero además tenían una orientación hacia aspectos de salud, agricultura, instrucción religiosa, higiene y otros aspectos más. Uno de los componente que se puede destacar es el uso de idiomas maternos, claro está, dependiendo de las áreas de influencia geográfica y cultural, entre estos se puede destacar el uso del aymara, quechua, guaraní y español. Trataban de revalorizar bajo diferentes formas las culturas autóctonas. En general el personal era no profesional y por las características de la producción radiofónica y de su público destinatario su recurso humano era de la comunidad o con bastante relación a ella.

4.8.6. Emisoras con programación en idiomas nativos

Probablemente hayan sido las más estudiadas por sus diversas características. Los idiomas más utilizados han sido el aymara, quechua y guaraní. Han sido emisoras no sólo de carácter educativo cultural (que se constituían en una forma de defensa cultural propia de la región o de emigrantes a la ciudad), sino que también muchas de corte comercial. Su área de influencia en general era la ubicación geográfica e idiomática, por ello su presencia marcada en barrios periféricos o sectores rurales. Se puede apuntar, por ejemplo, en Aymara, dominante en el sector altiplánico paceño, radios como San Gabriel, Mendez, Splendid y Aspiazú; en quechua, en Cochabamba San Rafael, en Chuquisaca Radio Aclo, en Guaraní, en Santa Cruz Radio Santa Cruz, en San Ignacio Radio San Ignacio de Loyola. Su programación podía tipologizarlas aquellas exclusivamente en lenguas nativas, las bilingües y las en español, con horarios en idiomas nativos.

4.9 Emisoras FM's

La primera estación radial en Frecuencia Modulada en la ciudad de La Paz y “*en Bolivia fue Radiodifusoras Cristal*” (Reyes 1999:63) una propuesta radial cuyos horizontes discurrían básicamente por ámbitos culturales y utilizaba como soporte musical los géneros clásico e instrumental, el desarrollo histórico propició la emergencia de otras radios precursoras “*se tiene información que Radio Cruz del Sur, con carácter experimental y*

esporádicamente empleó en el año 70 la frecuencia Modulada” (Reyes 1999:63). Cerca al final de los 70's comienza sus emisiones Radio Panamericana Stereo 97, Altiplano y otras más.

Estas radioemisoras, relativamente pocas a principios de los ochenta y con una tendencia a crecer en cantidad a final de esa década, en su generalidad eran de propiedad privada y en casos de propiedad de redes comerciales (el caso de las disqueras) que para no perder audiencias incursionaban en ese espectro radioeléctrico, habían también de corte educativo. Su ubicación era en su mayoría en las ciudades capitales y de estas en las más pobladas. La potencia de uso no era tan dispersa e iba desde 100 W a 2 KW. Su audiencia se ubicaba en clases medias y altas. El rasgo característico en su programación era musical y con bastante imitación e inclinación a copiar los formatos radiofónicos de las FM's norteamericanas, aunque algunas (contadas) escapaban a este rasgo; un rasgo típico e inevitable señalar es el uso de enlatados de radios internacionales. Su fuente de financiamiento tenía como base la publicidad y venta de espacios. En cuanto a personal se podía observar una utilización mínima que en general se circunscribían a la presentación de canciones o discos, mayoritariamente eran de formación empírica.

Es necesario señalar que en esta época en la radiodifusión en Frecuencia Modulada de la ciudad de La Paz se reprodujo una suerte de competencia en la propuesta musical de estas emisoras *“hasta convertirlas en algo así como vitrinas para el consumo musical de Rock [Pop, disco y otros ritmos] (...) [y creando los llamados] Disk Jockeys criollos”* (Reyes 1999:63), sin embargo el año 1985 apareció una propuesta radial para tomar en cuenta, se trató de Radio Color, con una serie de características que la hacían muy diferente a las existentes, esto motivó una capacidad de audiencia destacable que produjo cambios muy grandes en la práctica radial de las FM's de los 80 con grandes réplicas para más adelante.

Este periodo, fue el inicio para que el espectro radial en Frecuencia Modulada muestre un copamiento sorprendente, ya al final de los ochenta se podía percibir esta expansión que se puso de manifiesto cuando a finales de la década de los noventa las emisoras que trabajaban en FM *“llegan a una cifra que se aproxima a 50 en cada una de las ciudades del eje central La Paz, Cochabamba y Santa Cruz”* (Reyes 1999:63).

Capítulo V
Una propuesta radial:
Radio Color FM 101

5. Radio Color Una propuesta radial

No es posible trabajar en el objeto de estudio específico, sin dar un amplio vistazo a lo que fue Radio Color, por ello en este capítulo trabajamos los antecedentes de su historia, los objetivos y alcances de su propuesta y el propio trabajo realizado.

5.1. La coyuntura Social, económica y política del año 1985

Es preciso que en el afán de analizar los antecedentes de la creación de Radio Color, conozcamos la situación de carácter social, económico y político que en ese momento vivía nuestro país y en particular nuestra ciudad, para de esa manera poder tener una idea mejor estructurada de los elementos que condicionan el trabajo de este medio de comunicación, en su afán de generar una nueva forma de encarar la radiodifusión en frecuencia Modulada en nuestro país.

5.1.1. Situación Social

Nuestro país y en particular nuestra ciudad, aquel período (1985) vivía una situación social muy dura, debido a una serie de problemas que se habían generado por la situación económica de crisis total, a principios del '85 la situación era de casi una eclosión social que no podía ser controlada por el gobierno, en este marco y en virtud a acuerdos políticos se da un cambio de gobierno, el mismo lleva adelante una serie de medidas que si bien estabilizan la situación económica de un proceso inflacionario sin precedentes, estas medidas no solucionan la situación social y por el contrario la agravan porque implementan el Neoliberalismo que rompe con una serie de conquistas sociales y por otro lado genera mayores niveles de desempleo y desocupación, el despido de miles de trabajadores de diversos sectores condicionaba una realidad sin perspectivas de solución, los movimientos sociales de reivindicaciones eran brutalmente reprimidos por el gobierno quien a la hora de implementar cambios que nos conducían por la ruta del neoliberalismo, no paraba ante nada.

5.1.2. Situación Económica

1985 marca el principio de una serie de transformaciones económicas de importancia trascendental para la historia del país en el campo económico por cuanto vía el D.S. 21060, dictado en agosto de 1985, el gobierno implementa el Neoliberalismo; modelo que tiene como más importante característica otorgarle al mercado un rol asignador de recursos, pero además redimensiona o reducen las facultades del Estado a simple instrumento de control de las irregularidades de este; otro rasgo fundamental de estas medidas son su alto impacto en términos de política monetaria y fiscal que tiene un profundo y gran efecto en el campo social destruye una serie de conquistas que costaron mucha sangre y tiempo para su obtención. La implementación de estos cambios recién son percibidos con nitidez en 1986, la sociedad comienza a sentir cómo este modelo tiene instrumentos que generan una dura situación social, el nivel salarial es bajo, las fuentes de trabajo prácticamente desaparecieron, los servicios sociales como: salud, educación, vivienda y otros son elementos que presentan una serie de irregularidades por la falta de recursos económicos, en síntesis, la situación económica de este

período no se la puede catalogar como buena ni siquiera como regular, es más, hay muchos que coinciden que es mala por las enormes dificultades de cerrar el déficit fiscal, intentar el crecimiento y de reactivar el aparato productivo.

5.1.3. Situación Política

En el orden político la situación no cambiaba mucho, por cuanto en 1985, y debido a la coyuntura económica y social tan problemática y con enorme riesgo para el proceso democrático, es que la clase política encuentra un punto de solución a través de las elecciones y con ello la incorporación a las riendas del gobierno de un nuevo presidente (Víctor Paz), esta gestión lleva adelante cambios y transformaciones de fondo a las estructuras del país con la entronización del Neoliberalismo (a través del D.S. 21060 del 29 de Agosto de 1985) como modelo económico-social y político, el cual responde a una línea que es impulsada desde afuera vía organismos internacionales y que responde a intereses de las grandes potencias.

5.2. Orígenes del proyecto Radio Color

Los antecedentes de Radio Color se los puede rastrear desde el año 1979; en aquel tiempo, tras el sangriento y corto golpe de estado de Alberto Natuch Busch y ante la acción social del pueblo boliviano, asume la presidencia de la nación Lydia Gueiler Tejada; una de sus acciones gubernamentales a poco más de un mes de gestión (en Diciembre de 1979), es dictar medidas frente a una crisis económica que comienza a emerger, estas implicaban un incremento de precios en bienes y servicios, uno de los cuales era el transporte. Sin embargo, entre estas medidas no se contempla el incremento de precios de productos agropecuarios, esta situación mereció una reacción activa del sector agrícola campesino del altiplano, que con una gran movilización a La Paz y el bloqueo de caminos genera una situación muy crítica de enfrentamiento entre sectores campesinos y ciudadanos.

En este escenario, Radio San Gabriel emisora de la Iglesia católica, que trabajaba en amplitud Modulada y onda corta con una propuesta directamente vinculada a la población Aymara, toma posición a favor del sector *“cedió sus micrófonos a todas las autoridades comunales para que den a conocer su problemática y expliquen la causa de sus bloqueos...”* (Sauma, 2001:3). La intensidad y duración del bloqueo en el altiplano, obliga al Gobierno a tomar medidas extremas para las personas que quedaron atrapadas en el mismo, pero lo más importante es que este conflicto *“saca a la luz la clara brecha entre el campo y la ciudad, visibiliza rencores y desigualdades...”* (Sauma, 2001:3), comunicacionalmente se traduce en que la mayoría de los medios radiales toman posición por la población urbana *“...mientras Radio San Gabriel es la única emisora que defiende los intereses de los campesinos Aymaras...”* (Sauma, 2001:3) situación que deriva en considerarla a esta emisora como racista.

La presencia de los campesinos en la Sede de Gobierno y los bloqueos por reivindicar sus derechos y protestar por la injusticia y el olvido de que son objeto de parte de las autoridades; hacen que la población ciudadana, asuma una posición de rechazo a esta movilización al ver avasallada su tranquilidad; pero esta actitud al parecer no es generada por una conciencia ciudadana adversa a estas reivindicaciones campesinas, sino más bien, por una falta de

comunicación que devenía de un problema de incomprensión de la situación. Este aspecto es comprendido por Radio San Gabriel, que reclamaba solidaridad para la justa demanda de sectores campesinos, pero estos mensajes no llegaban a los habitantes ciudadanos por una pequeña, pero gigantesca dificultad, este medio de comunicación estaba orientado al sector campesino, y para llegar a ellos utilizaba la mayor parte de su tiempo de emisión el idioma madre de este sector, el Aymara. Es esta situación que hace que los ejecutivos de Radio San Gabriel conciban, en la idea de la lejanía existente entre el campo y la ciudad, conciban la idea de crear un instrumento comunicacional que interrelacionen de forma eficiente el trabajo que se realiza, es decir, de llegar al campo y a la ciudad. Aquí es donde nace la idea de Radio Color, cuya función, entre otras, sería la de interrelacionar el campo y la ciudad, vale decir, constituirse en bisagra, un puente, que articule a pobladores del campo y la ciudad.

5.3. Nacimiento de Radio Color

Tras existir la necesidad, hecha idea, de una instancia que articule mediante mensajes y contenidos el campo y la ciudad (Radio Color), ésta comienza a ser trabajada para hacerse realidad. Como es natural existen grandes limitaciones para llevarla adelante, una de esas es el aspecto económico, escollo difícil de atravesar, pero el proyecto ya existía y poco a poco madurando en el tiempo. Para concretarse y posteriormente consolidarse.

Fueron diferentes los mecanismos que se utilizaron para canalizar recursos y poner en funcionamiento el proyecto Radio Color, todos estos esfuerzos dieron su resultado cuando finamente, y tras un largo proceso, tanto de implementación técnica como de capacitación y desarrollo de habilidades y destrezas en la producción radiofónica de los recursos humanos, un 15 de Mayo de 1985 con la presencia del entonces Presidente de la República Hernán Siles comienza sus emisiones experimentales Radio Color FM-101 con un formato y características total y radicalmente diferentes a las ya existentes en el momento, que eran un intento de copia de las FM's norteamericanas con elementos totalmente nocivos para nuestra sociedad, por cuanto seguían una línea de desidentificación socio-cultural y se constituían en vehículo para la penetración de pautas de comportamiento ajenas a nuestra realidad boliviana. El 1 de Agosto de 1985 sus emisiones son ya regularizadas y oficializadas.

5.4. Propiedad

Radio Color perteneció a la iglesia Católica, y mediante el Arzobispado, su administración estaba delegada a los Hermanos de La Salle. Fue parte primero de Radio San Gabriel, luego del Sistema Radiofónico San Gabriel posteriormente de la Fundación Ayni, creada por el Arzobispado de La Paz y los hermanos de la Salle; el propósito que los movía era brindar un servicio de desarrollo integral de la persona y la sociedad a través de una comunicación popular, democrática y participativa para la mejora social política y económica, con pleno respeto a costumbres, lengua y cultura.

5.5. Ideología

Radio Color al pertenecer a la Iglesia, llevaba adelante todos los postulados de la doctrina católica, es decir profundización de la concepción cristiana de la vida en el ámbito familiar y en sus diferentes instituciones y en el marco individual y social, constituyéndose entonces en un instrumento que llevaba adelante la promoción del catolicismo a través de su trabajo.

5.6. Objetivo para su creación y puesta en marcha

Radio Color no emerge como un medio de comunicación improvisado, desde el propio nacimiento de la idea ya existían objetivos y estos eran muy distantes a la naturaleza de una empresa o empresario de lucrar o generar beneficios a través de la actividad radial. Es un proyecto que maduró durante años hasta alcanzar su concreción con objetivos definidos.

Sin embargo hay un aspecto que no se dejó claro durante su tiempo de existencia, ya que uno de los fundamentos de la idea y concreción de Radio Color fue constituirse en un espacio de articulación entre sectores sociales del campo (al cual llegaba Radio San Gabriel en idioma Aymara) y la ciudad de La Paz (para llegar en idioma español), es decir lograr un acercamiento en la lejanía existente entre el campo y la ciudad. La situación generada en las movilizaciones campesinas de 1979 y sus objetivos no comprendidos por espacios sociales ciudadanos, hicieron notar de forma importante a los niveles de dirección de Radio San Gabriel, que el trabajo que se realizaba era incompleto por cuanto se habían centralizado los objetivos sólo en sectores agrarios del altiplano boliviano, descuidando un elemento importante que era las ciudades y con las cuales debía existir un nexo, y ese nexo debía ser Radio Color.

Otro aspecto importante que se puede indagar es que el trabajo de Radio Color estaba direccionado a una audiencia definida en todo momento, tanto desde que fue idea hasta su concreción y posterior trabajo, era una radio para la clase media ciudadana de La Paz. De ello se puede también indagar otro objetivo, que era “... *crear un sistema de comunicación y servicio, mediante la música en español, que sirva como medio de orientación educativa y mejora social...*” (Aliaga, 1995:4).

El siguiente esquema permite mostrar la propuesta de Radio Color en su integridad

Esquema de la propuesta de Radio Color FM 101

OBJETIVO DE CREACIÓN	PILARES FILOSÓFICOS	OBJETIVOS	INSTRUMENTOS
CONSTRUIR UNA BISAGRA ENTRE EL CAMPO Y LA CIUDAD	RADIO DE SERVICIO BUSCAR UNA IDENTIDAD PROPIA DE LA CLASE MEDIA	RESCATAR LA CULTURA DE LA CLASE MEDIA Y BUSCAR SU AUTOVALORACIÓN ICENTIVAR LA UNIDAD FAMILIAR DAR VOZ A LOS SIN VOZ ROMPER ESQUEMAS DE LA PRODUCCIÓN RADIAL EN FM CREAR CONCIENCIA DE LA UNIDAD LATINOAMERICANA	MÚSICA IDIOMA PROXIMIDAD PARTICIPACIÓN ESTILO USO DE GÉNEROS Y FORMATOS

Elaboración propia

5.7. Pilares de la “propuesta Radio Color”

Los Pilares de la propuesta de Radio Color se pueden condensar en básicamente dos, por un lado está la constitución de una radio de servicio a la sociedad (a su audiencia, particularmente clase media), un segundo pilar ha sido la revalorización de la cultura de la clase media a la cual iba dirigida su propuesta.

5.7.1. Una Radio de servicio

Radio Color desde su inicio tuvo como uno de sus objetivos fundamentales lograr una radio de servicio a las personas y a la sociedad, esta propuesta radial significó un verdadero reto, ya que existía un patrón adoptado en la radiodifusión en FM en La Paz y el país en la década de los 80's, cuyo aspecto central era un intento de reproducción de patrones y esquemas de la FM norteamericanas con los famosos DJ's, en ese tiempo “...pensar en frecuencia Modulada en la ciudad de La Paz “era entregarse al rock norteamericano o europeo, a la moda del rock pop o heavy metal...”(Aliaga, 1988:65) y a la música con alto sentido comercial o de éxito de temporada; en general a la banalidad radial. En ese contexto era imposible pensar en una FM de servicio, entonces ahí aparece Radio Color, con un objetivo central servir a través de la actividad radial, ¿Qué implicaba esto? Que era una institución comunicacional destinada a satisfacer intereses colectivos e individuales a través de la música y la información sobre servicios cotidianos, es decir, trabajar para el otro, suministrando información sobre farmacias de turno, vuelos de aviones, de autobuses, trenes, estado de caminos, teléfonos de emergencias etc., era ser una radio útil, acompañar a la gente en los momentos en los que la soledad pesa, por ello trabajaban las 24 horas para llegar a la gente de hospitales, enfermos, personal de servicios de distintas actividades.

Así Radio Color encontraba una función de utilidad a la comunidad a través de su trabajo, se trataba de hacer algo a favor de las personas que escuchaban este medio. Con este objetivo fundamental “... esta emisora trabaja (...) las 24 horas del día, prestando servicio a la audiencia paceña...” (Iñiguez, 1987:28) esto implicaba que ponían en consideración de los radioescuchas una propuesta diferente a las existentes, su directora señalaba “... pensamos en que teníamos que tener una radio que signifique servicio, que cambie un poco la estructura de la FM...” (Aliaga, 1988:69).

Esto nos muestra definitivamente que uno de sus objetivos básicos fue “... crear un sistema de comunicación y servicio, mediante la música en español, que sirva como medio de orientación educativa y mejora social...” (Aliaga, 1995:4).

5.7.2. Buscar una identidad propia en la clase media

El criterio básico de buscar las condiciones objetivas que distinguen a las personas o grupos de personas unas de otras, o por el contrario personas o grupos de personas que tienen las mismas características o condiciones objetivas de vida social, fue la base, que sustentada en la experiencia vivida en los acontecimientos, ya descritos en las movilizaciones campesinas de 1979, hizo comprender a Radio San Gabriel que la gente del campo tenía condiciones objetivas que las distinguían de la gente de la ciudad de La Paz, por un lado, por otro, que además en la ciudadanía paceña existía gente que tenía las mismas características de vida social, orígenes similares, prácticas y actividades parecidas, que la diferenciaban de otros dos grupos, a este espacio social le llamaban clase media, a partir de ello también se veía que este espacio social no tenía una conciencia clara de esta identidad, este fue uno de los aspectos fundamentales que motivó llevar adelante como objetivo el trabajar para lograr una identidad, es decir, hacer comprender que todos esos elementos en común se constituían en factor objetivo que hacía de este grupo social un grupo con identidad propia, con una cultura propia.

Así, uno de los objetivos muy importantes de Radio Color, fue buscar una identidad propia para los sectores sociales de la clase media, es decir “... la búsqueda de la identidad cultural del hombre y la mujer de la clase media de la Ciudad de La Paz ...”(Sauma, 2001:5) para ello una de sus primeras decisiones fundamentales fue definir su público objetivo enfáticamente sus ejecutivos señalaban que “...se trataba en resumen de crear un espacio que se ocupase primordialmente de las clases medias (...) de La Paz con un planteamiento distinto a los demás...”(Aliaga, 1988:66).

El criterio que básicamente se manejaba sobre la clase media discurría por considerar que este era un espacio social constituido por familias o individuos que tenían un estilo común de vida, es decir semejanzas de corte económico, social e incluso político, pero por sobre todo, cultural “...lo que pretendíamos era crear (...) [una radio] que responda a las inquietudes, intereses y anhelos de la gente común, que abarque todos los gustos (...) [sus prácticas, actividades y en general su cultura, es decir, que tenga todas] ... las características de la gente de la ciudad...”(Iñiguez, 1987:28).

El hecho de incorporar una Radio que apuntaba a una clase media citadina, la cual tiene una cultura, con elementos que son propios y que responden a una realidad, de alguna manera

diferenciada a otros espacios sociales de nuestro propio país y de nuestra ciudad, tenía una implicancia muy importante, por que se trataba de rescatar, o en su caso poner de manifiesto, un conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias, modos de comportamiento y visiones de mundo que son comunes a este grupo, esto es, buscar un identidad propia de la que llamaban clase media, como decía su directora “...cuando ves la clase media nos preguntamos ¿Cuáles su cultura ¿ nosotros decimos que nuestros antepasados son Aymaras, quechuas, tiwanacotas ... pero no nos damos cuenta que tenemos una cultura urbana propia que la hemos generado.... (...) [es una cultura que está ahí, es una identidad ya construida que necesita autovalorarse y ser valorada, ser admitida en su real dimensión] ... y la radio está mirando esa cultura... [está buscando esta identidad]...” (Aliaga, 1995:5), esto implica “...lograr que esta clase se de cuenta que ha generado una cultura urbana nueva y que es dueño de esa cultura...” (Molina, 1991:12).

Uno de los aspectos que queda claro en la propuesta Radio Color, es su sentido de trabajo por la consolidación y el apoyo permanente a la cultura de llamada clase media, y por defender desde su actividad a esta, frente a una exposición abierta de los medios radiales, particularmente de FM, a modelos y pautas de comportamiento alienantes, pero no sólo eso, también era necesario comprender la interrelación de esta clase con otros espacios sociales internos con sus propias particularidades culturales, algunas de cuyas manifestaciones son similares y otras diferenciadas por ello su Directora señalaba “*Partimos del supuesto de que existe una cultura de la clase media. Pensamos que había que trabajar por consolidar y apoyar esa cultura, pues está muy expuesta a modelos de alienación muy fáciles y frecuentes.* [Que pretendían desvalorizar por completo a otros sectores culturales de nuestro país mostrándolos como lo peor y un elemento de rezago cultural siendo más bien lo contrario un factor de riqueza que debería ser valorado y con el cual se debía tender puentes]. *Percepciones racistas y acomplexadas que señalaban al campesino aymara y quechua como exponentes de una cultura despreciable* (...) [cuando en los hechos se debía seguir un horizonte diferentes que debía ser el tratar de articularla a la clase media con sus particularidades y cosas en común y sus grandes diferencias por ello señalaban] (...) *queremos rescatar esa cultura de clase media y trabajar sobre su autovaloración. Cuando un sector poco definido como clase media logre autovalorarse “identificarse” es posible que mantenga un contacto libre de perjuicios y solidario con las culturas de este país. Esto es lo que intentamos ...*” (Souza, 1991:16)

5.8. Objetivos de Radio Color

Entre los objetivos específicos en los que trabajó Radio Color nos encontramos con muchos, pero se pueden rescatar con nitidez los siguientes: rescatar la cultura de la clase media y lograr su autovaloración, incentivar la unidad familiar, dar voz a sectores sin voz, romper esquemas en la producción radial, crear conciencia latinoamericana.

5.8.1. Rescatar la cultura de la clase media y lograr su autovaloración

Radio Color emerge con un sentido claro y lúcido de objetivos planteados antes de su lanzamiento y trabajados durante su existencia, uno de ellos era, el de la audiencia a la que quería llegar; desde que se maneja el proyecto, se planteo y decidió la idea de la clase media, su entonces directora Lucía Sauma señalaba que el propósito era “...recoger el idioma y las

costumbres de la gente de la ciudad, de una clase media (...) Lo que pretendíamos era crear una frecuencia Modulada que responda a las inquietudes, intereses y anhelos de la gente común, que abarque todos los gustos.” (Iñiguez, 1987:28), este criterio se convirtió en un sentido de acción, sin embargo se tejieron una serie de interrogantes conceptuales sobre que era la clase media o como los integrantes de este equipo radial entendían la clase media y la respuesta de Sauma discurría por contestar que:

“... hay preguntas similares respecto a la clase media: si es o no clase, si existe, si es sólo el relleno del sandwiche, si hay una “cultura” de esa clase. Bueno: nosotros partimos del supuesto de que existe una cultura de la clase media. Pensamos que había que trabajar por consolidar y apoyar esa cultura, pues la clase media está expuesta a modelos de alienación muy fáciles y frecuentes. Percepciones racistas y acoplejadas que señalan al campesino aymara y quechua como exponentes de una cultura despreciable o visiones de la vida que no tienen otro objetivo que identificarse con la cultura del norte. Nosotros queríamos rescatar esa incipiente cultura de clase media y trabajar sobre la autovaloración. Cuando un sector poco definido como la clase media logre autovalorarse, “identificarse”, es posible que mantenga un contacto libre de perjuicios y solidario con las otras culturas de este país. Esto es lo que intentamos, a través de una serie de opciones.” (Souza, 1991:16)

Con estos elementos claramente explicados en sentido de partir de una suposición de existencia de una cultura de la llamada clase media, el interrogante resulta obvio ¿Cuál es esa cultura? Y la respuesta también era contundente al precisar que la cultura de llamada clase media era una fusión de diversos elementos de culturas nativas de nuestro país, pero también, de construcciones propias generadas en el ámbito urbano particularmente circunscrito a la ciudad de La Paz así:

Sauma sostenía que “Cuando ves la clase media nos preguntan ¿Cuál es su cultura? Nosotros decimos que nuestros antepasados son Aymaras, quechuas, incas, tiwanacotas... pero no nos damos cuenta que tenemos una cultura urbana propia que la hemos generado... Alguien está permanente, impotente además, el Illimani, mostrándonos una identidad clara de la ciudad de La Paz. Y por encima hay un ojo, un ojo que en el iris coincide con la luna que está apareciendo en el cielo paceño. Este ojo representa la radio que está mirando esa cultura para transmitirla después.” (Aliaga, 1995:5)

Estos aspectos dan cuenta de al menos tres elementos centrales, por un lado está, la definición clara de público al que se quiere llegar, por otro lado, tras esa definición, se admite la existencia de una clase media, con un cultura propia, que es una fusión de varios componentes, pero con una propia identidad, y finalmente, se deja claro que se pretende autovalorar esta cultura. Lucía Sauma consideraba que *“...se tiene como objetivo principal hermanar la cultura aymara con la cultura criolla u occidental de la ciudad de La Paz. “Que la clase media paceña encuentre sus raíces aymaras y, al mismo tiempo, se de cuenta que ha generado una cultura urbana nueva y que es dueño de esa cultura”.*” (Molina, 1991:12)

Pero también implica un rescate como señalaba que Sauma que *“...en principio queríamos rescatar la cultura de la clase media ...”* (Souza, 1991:16) cuando se habla de rescatar, se pretende con ello realizar acciones mediante las cuales se recobra algo, en este caso la cultura

de la clase media, Radio Color lo entendió de esta manera y por ello a través de la actividad radial lo que pretendía y hacía era recobrar las diferentes manifestaciones de la llamada clase media, sus valores, prácticas, costumbres, tradiciones, etc. Pero esto también implicaba la brindar un sentido de libertad a las personas, cuando entendemos que la libertad es la posibilidad de elección entre alternativas, una de estas alternativas comunicacionales para la clase media era Radio Color, entonces este objetivo fusionaba en principio dos aspectos, rescatar la cultura de la clase media y darle libertad para su manifestación.

También implicaba otro aspecto, la autovaloración, que se entendía como una actitud de darse valor a si misma, es decir, reconocerse con todos sus aspectos, sus elementos constitutivos y sus particularidades y singularidades en el contexto ciudadano paceño y nacional “...deberá haber una autovaloración interna de cada ser humano en este país, en sentido de que nos demos cuenta que valemos ...” (Molina, 1991:12), este fundamento ha sido un pilar del trabajo de Radio Color desde que fue idea y en la propia fase de su concreción “*Es un trabajo de hormiguita que se ha comprometido llevar adelante Radio Color y que llegará a convertir su mensaje en realidad, para que el hombre boliviano y latinoamericano sea orgulloso de su raza y sus raíces.*”(Molina, 1991:12), luego entonces, tanto en su proceso de creación, implementación y en su propio funcionamiento Radio Color concentró su esfuerzo: en llegar a este espacio social, además rescatar y autovalorar su cultura, como uno de sus más importantes pilares de actividad radial, buscando una identidad propia.

5.8.2. Trabajar con las familias e incentivar la unidad familiar

Lucía Sauma decía “*Nuestra audiencia es familiar.*”(Souza 1991:16), y esto marcaba todo un sentido de propuesta que diferenciaba sustancialmente a Radio Color de las demás propuestas de la época, porque consideraba que el núcleo de vida de la sociedad era la familia y por eso “*Algunas actividades concretas que han realizado, tomando a “la familia como núcleo vital de la sociedad”*” (Aliaga, 1988:69), eran direccionadas a la familia, por que existía la claridad de su importancia, como una institución social de enorme trascendencia, porque sus roles y funciones son de alto impacto en diferentes aspectos, uno de ellos, en el proceso de socialización, se constituye en núcleo generador de valores básicos en los hijos y con ello de las personas. Por esta razón Radio Color tenía como uno de sus pilares, considerar a la familia como su oyente primario, por que a partir de ella se podía cambiar a las personas para cambiar el mundo, su directora señalaba “...*pensamos en que otra forma de cambiar era dirigirse a grupos familiares, más que al individuo. La familia es muy importante para el equipo color. Creemos que se puede trabajar en un mundo nuevo, una sociedad nueva a partir de una familia, de los niños*” (Aliaga, 1988:69), este criterio nos da cuenta que la pretensión de cambio apuntaba a un núcleo fundamental de la sociedad como es la familia, que sólo se podía cambiar la sociedad si se trabaja con las familias.

Este cambio al cual recurrentemente se hacía referencia pretendía por sobre todo el vivir mejor, que implicaba mejorar las condiciones de existencia de las personas, es decir, condiciones materiales, pero por sobre todo aquellas no materiales, inmateriales, así señalaba L. Sauma que Radio Color debía ser “*Una ayuda para que la familia viva mejor en todo aspecto...desde comer bien, hasta donde ir a pasear...escuchar buena música, conocer la cultura*”(Iñiguez, 1987:30), aquí se muestra la multidimensionalidad de una propuesta como la que planteaba esta estación radial. Por ello volcaba su accionar a brindar orientación como

un servicio “*También tiene un servicio de orientación para la familia en las áreas de salud y educación de los hijos.*” (Aliaga, 1988:69).

El trabajo que se planificó y se lo puso en práctica objetiva discurría por dar respuestas a la vida cotidiana en diferentes aspectos, se realizaban actividades que pretendían contestar interrogantes grandes y pequeñas “*Queremos dar respuestas a la vida cotidiana, a la vida familiar, a lo que significan los hijos...*” (Sauma cit. en Aliaga, 1995:5) estas respuestas tenían que ver con la cosas más simples de la vida cotidiana situación que naturalmente tuvo como efecto que la audiencia sentía una radio de su vida cotidiana.

Uno de los aspectos a los que se hacía mucha referencia era a su sentido de propiciar el diálogo como instrumento frente a un mundo donde nadie quiere oír a nadie, un mundo marcado por la intolerancia y por las distancias que se construyen entre las personas, allí se propone abiertamente el diálogo, partiendo del núcleo básico como es la familia, si la familia dialoga será una familia unida y por ello a ese propósito orientaban actividades, Sauma decía “*...nos interesa mucho la unidad familiar ... el diálogo de la familia. Tratamos de dirigirnos a la familia y no al individuo; en este caso nos interesa mucho el diálogo entre padres e hijos y por ello invitamos a todas las actividades a la familia ...*” (cit. en Iñiguez, 1987:30).

En general la propuesta de Radio Color parte por una definición básica, llegar a la familia y a través de ella a las personas, considerando la importancia como núcleo fundamental de la sociedad, para a través de su actividad ayudar a la familia a vivir mejor, dando respuestas a la cotidianidad de la vida y los problemas que se presentan, planteando que el mejor instrumento para ello era el diálogo para solucionar problemas y para lograr la unidad familiar.

5.8.3. Dar voz a sectores sin voz

Niños de la calle, personas alcohólicas, personas con discapacidad, empleadas domésticas, personas de la tercera edad y muchos otros sectores, pero además temas como la violencia familiar, el medio ambiente, los derechos humanos, y más aun, fueron nuevos actores y bases de una programación y producción radial, que rompió por completo la lógica constructa hasta entonces de la vida radial en la frecuencia Modulada. Radio Color se convirtió en un medio de comunicación que abrió sus micrófonos a aquellos que no tenían voz para hacer escuchar sus problemas o sencillamente hacerse conocer, decir a todos que estaban allí que eran parte de esta sociedad y tenían mucho que hablar, mucho que decir y que necesitaban que los escuchen.

Sauma decía “*Tratamos de que los medios de comunicación se acerquen a los niños de la calle, sin el tabú de que son delincuentes...buscan darles voz para que hagan conocer su verdad.*” (Aliaga, 1995:5), posiblemente uno de los alcances más grandes de la propuesta de Radio Color fue su decisión de abrir espacios en la actividad radial para brindar acceso a actores de nuestra sociedad marginados del mundo comunicacional y sin posibilidad de acceso a hacer escuchar su voz. Los niños que desde hace tiempo no tenían un programa radial, por que la radio de FM sólo era para jóvenes, o personas de la tercera edad que no tenían espacios ni nadie que se acuerde de ellos encontraban en Radio Color su gran espacio. Niños de la calle considerados delincuentes encontraban en Color una emisora que hablaba de sus problemas que se acercaba a ellos, los alcohólicos que cargaban su enfermedad si que nadie los escuche

ni los comprenda en su clamoroso pedido de ayuda encontraban un espacio para decir aquí estoy y quiero que me ayuden, así podemos ir nombrando sectores y más sectores que tuvieron en Radio Color su gran amiga y aliada.

No sólo su objetivo fue dar voz a sectores sin espacios para hacer escuchar sus verdades, sino esto significó abrir un abanico grande de temas tabús en nuestra sociedad paceña, como por ejemplo la violencia familiar, la violencia contra la mujer, la problemática de los niños de la calle, los derechos de las trabajadoras del hogar, la problemática de las personas alcohólicas y muchos otros temas, esto en un principio representó problemas por ejemplo *“Al principio, hablar sobre violencia les resultaba difícil, sus propios oyentes trataron de desanimarlos sobre seguir tratando el tema. ...entonces las mujeres comenzaron a llamar para hacer consultas. Al poco tiempo, tuvieron que instalar un consultorio contra la violencia.”* (Aliaga, 1995:5) pero se logró aperturar espacios a estos temas e incluso lograr agenda pública de varios de estos.

El trabajo que se planificó y se ejecutó tuvo un importante espacio de aceptación en la audiencia, tuvo muchas dificultades pero Radio Color logró su propósito dar voz a los sin voz y abordar temas de difícil tratamiento en nuestro país.

5.8.4. Romper esquemas en la producción radial

En el momento histórico en el que emerge Radio Color, la práctica radial en frecuencia Modulada en la ciudad de La Paz discurría por un modelo de actividad centrado por imitar o copiar la forma de funcionamiento de la FM's norteamericanas, el esquema tenía como pilares fundamentales una programación donde era difícil distinguir programas radiales y toda la propuesta parecía un programa, se hacía un limitado uso de géneros y formatos radiofónicos, en general las FM's eran de corte estrictamente musical (la música era en inglés o instrumental), su público destinatario eran jóvenes (de entre 17 a 24 años), los locutores y conductores eran los llamados disk jockey, la FM's tenían poca, o casi ninguna, interactividad con la audiencia. Todo indicaba que su objetivo fundamental era el conseguir beneficios como cualquier actividad empresarial, este aspecto estaba altamente articulado a lograr un elevado nivel de audiencia para alcanzar el propósito. Al parecer no existían objetivos de otra naturaleza como comunicacionales, sociales u otros, en ese escenario *“...jóvenes comunicadores sociales y con el apoyo de radio San Gabriel osaron cambiar los esquemas. Había escepticismo de imponer con nuevos y frescos objetivos de crear un sistema de comunicación y servicio (...) que sirva de orientación educativa y mejora social...”* (Aliaga, 1988:65-66).

Posiblemente uno de los primeros esquemas que rompe Radio Color es lanzar una emisora que como base de su trabajo proponía el servicio, su Directora decía *“...notábamos que la FM's eran radios que como estaban dirigidas a gente muy joven o eran simplemente de música ambiental, el servicio como tal lo tenían abandonado. Por lo tanto, pensamos en que teníamos que tener una radio que signifique servicio, que cambie un poco la estructura de la FM en este sentido también.”* (Aliaga, 1988:69), así el servicio se lo entendía como brindar una emisora útil a su audiencia, trabajar para satisfacer necesidades de la misma. Este objetivo rompía radicalmente con la lógica de las propuesta radiales de la época y posiblemente fue uno de los elementos que más la diferenció.

Las FM's de la década de los 80's tenían como su rasgo más relevante su carácter eminentemente musical, parecía que la radiodifusión en ese espectro radial debía ser de corte musical, pero lo más curioso de ello es que era continuo llegando en algunos casos a parecer un servicio de música ambiental, el otro extremo era confundir una radio con una discoteca, por ello Radio Color *"De entrada, rompió el esquema de las FM's existentes por entonces en la ciudad de La Paz, cuya programación estaba monopolizada por el rock estadounidense y europeo, por un lado, y por otro, por la clásica y ambiental."* (Aliaga, 1995:4), este rasgo de la FM's hacía que no se utilizara la enorme riqueza de géneros y formatos existentes para la producción radial, aunque la propuesta fuera estrictamente musical. Todo parece indicar que la claridad de las señales del escenario de práctica radial de FM fueron claramente leídas por los ejecutivos de Radio San Gabriel quienes partieron ya con un sentido claro de romper los esquemas existentes, utilizando al mismo tiempo la gran característica de este escenario, la música. Por ello, señalaba Sauma, *"...cuando se transmitieron las primeras emisiones de la radio, se cambió el sonido y la población comenzó a escuchar música latinoamericana y también nacional. De esa manera se rompieron los esquemas y tabúes."* (Molina, 1991:12), de esa manera se comenzaba un proceso que desestructuraría lo hasta entonces existente como práctica radial.

"Radio Color ha roto varios tabúes respecto a la radiodifusión en frecuencia Modulada, como por ejemplo que la FM es sólo para jóvenes, más todavía aquello de que la música en inglés representa a la FM." (El Diario, 1993:13), uno de los aspectos centrales a la hora de hacer producción radial es la definición de audiencia, en la FM de la primera parte de los ochenta, todo parece indicar que se había construido un sentido de que este dial era de carácter juvenil, es decir, dedicado a jóvenes, por esta razón era impensable entonces que una radio de FM pudiera direccionar su potencial de audiencia a otros escenarios, fue Radio Color la que lo hizo, partió por dedicar su propuesta radial a la familia así la directora señalaba que *"...entonces pensamos que otra forma de cambiar era dirigirse a grupos familiares, más que a individuos..."* (Aliaga 1988:69), pero no se quedó allí, por que también dedicó programas a niños, personas de la tercera edad, mujeres, en fin su propuesta fue realmente amplia en términos de audiencia y temas que nuevamente con ello rompió esquemas.

Uno de los patrones claramente establecidos en la práctica radial de los 80's parece haber sido su marcado distanciamiento de la interactividad con la audiencia, es decir, los oyentes no tenían mayores opciones de participar de la actividad de los medios, ni de forma directa ni indirecta. Este sentido estructurado fue uno de los primeros aspectos que fue desestructurado, ya que Radio Color desde su nacimiento generó un alto nivel de interactividad.

Otro de los factores contributivos de cómo modificó los esquemas ha sido el nivel de proximidad que generó a través de la conducción y locución de sus programas, las personas encargadas de estas labores, eran tan iguales que la gente y hablaban con la naturalidad de la gente común, hablaban en su lenguaje, de esa manera rompieron la lejanía que generaban los disk jockeys, o los locutores, de la voz engolada y muy grave.

También es necesario señalar la importancia que tenía en el momento el haber puesto en funcionamiento una estación radial cuya emergencia fue muy bien planificada e implementada, con objetivos y propósitos muy claros y distantes a la lógica con la que las otras emisoras trabajaban, circunscritas a objetivos empresariales comerciales, los propósito

que tenía Radio Color de la construcción de puentes entre la ciudad y el campo y recatar y revalorizar la cultura de la clase media la hacían e hicieron diferentes y por ello mismo marcaron otro aspecto estructuralmente diferente que rompió los esquemas radiales del momento.

Sus integrantes al ver lo que sucedía (la aceptación y el éxito que se alcanzaba) consideraban que *“El sonido de La Paz tiene un antes y un después de Radio Color (...) han intentado sintetizar lo que significa Radio Color: su logro fundamental.”* (Aliaga, 1995:4), esta apreciación surgió del éxito que tuvieron y de cómo los otros medios tuvieron que seguir sus pasos para no rezagarse y renunciar a los viejos esquemas que los podían condenar al desastre, así *“...Radio Color marcó una nueva etapa en el campo de la frecuencia Modulada. A los pocos años de retar lo establecido en el panorama comunicacional dominante del país...”* (Aliaga, 1995:4), Sus integrantes *“...Radio Color demostró, y lo hace todavía [lamentablemente ya no, por que ese proyecto se acabó], que provocó un cambio profundo en los oyentes de la radio en nuestro país...”* (Aliaga 1995:4).

5.8.5. Crear conciencia de la unidad Latinoamericana

“El 1ro. De agosto de 1985 arrancó el proyecto Color con el objetivo de crear un sistema de comunicación y servicio mediante la música en español (...) y se convierta en un lazo de unidad latinoamericana.” (Aliaga, 1995:4) *“Lo que ocurre, es que hay contados medios de comunicación en América Latina que sean esencialmente distintos de los demás. Es decir medios que encierren una propuesta global de comunicación diferente, con un profundo sentido latinoamericanista.”* (Aliaga, 1988:65) y una de esas propuestas ha sido Radio Color, entre sus objetivos nos encontramos con su propósito de crear y/o desarrollar una conciencia de la necesidad de la unidad Latinoamericana, con este criterio es que desde un principio emerge la propuesta con un profundo sentido latinoamericanista.

Este posiblemente fue uno de los más importantes y grandes objetivos de Radio Color, el generar o producir conciencia, es decir, la noción o el conocimiento, que no existía y si lo había era incipiente, sobre la unidad latinoamericana, sobre la necesidad de considerar a los países de esta región como un conjunto, una unidad, con muchas aspectos similares como su historia, cultura, pero también con sus diferencias y sus particularidades. En ese horizonte había una convicción, un convencimiento o creencia sobre la necesidad de la unidad Latinoamericana como instrumento para la solución de necesidades y para el fortalecimiento de la región, Sauma señalaba *“...es un equipo de gente joven que trabaja no sólo con entusiasmo sino con convicción en los planteamientos de la radio (...) en la unidad latinoamericana (...) estamos todos convencidos de ello...”* (Iñiguez, 1987:29, ese convencimiento fue uno de los importantes instrumentos, que hizo del proyecto, una de las pocas propuestas comunicacionales con un profundo sentido de unidad regional en el país, por ello se acuñaba la idea de unidad, con una frase que resumía esa posición, cuando se referían a Latinoamérica como *“...a la patria grande...”* (Aliaga, 1988:71) y la visión de futuro se condensaba en considerar a la región, como decía Lucía Sauma *“...que América Latina es el continente de la esperanza, nosotros creemos realmente en eso. Estamos convencidos de que América Latina es el continente de la esperanza...”* (Aliaga, 1988:71).

Entre los alcances operativos de esta propuesta está el mostrar la cultura de los países latinoamericanos y para ello un instrumento valioso que vehiculizaba diferentes aspectos culturales era la música por ello Lucía Sauma señalaba que “...hasta entonces no se había dado suficiente importancia a la música latinoamericana; a partir de este trabajo, lo que nosotros pretendemos es mostrar la cultura de todos los países latinoamericanos y creemos que así se puede lograr una conciencia de unidad.” (Iñiguez 1987:28), luego entonces se apostaba a la música como instrumento que permita conocer la cultura y a partir de ello se posibilitaba el conocer las prácticas y actividades de cada sociedad, de cada cultura, ello significaba que la música servía para informar de la cultura “creo que podemos informar mejor de los países latinoamericanos a través de su cultura, a través de una manifestación clara como es la música.” señalaba Sauma (Iñiguez, 1987:28). Pero si bien la música se constituía en un valioso instrumento, no sólo se restringía a pasar música, también se implementaban programas a través de los cuales se enseñaba el sentir y costumbres de los pueblos de nuestra Latinoamérica “Esto lo entiende FM 101 y nos lo hace entender. Nos va enseñando sentires y costumbres latinoamericanas a través de diferentes programas...” (Aliaga, 1988:68).

Los diferentes vehículos de información (música y programas), permitían un aspecto central conceptualmente para la unidad, el conocerse, el equipo de Radio Color comprendía que para unirse hay que conocerse “Para unirse, hay que conocerse y para conocerse, hay que entenderse. Por que creemos en la unidad de la gran familia latinoamericana, como la solución a sus problemas y necesidades, buscamos incentivar dicha unidad a través de la música. (...) De cualquier modo importantes sectores de la programación de Color están dedicados a difundir la música latinoamericana...” (Sauma cit. en Aliaga, 1988:67), aquí se advierte que la propuesta apuntaba como su gran desafío a lograr conocimiento sobre los pueblos y la realidad de sus países y ello era la compuerta para trabajar por la unidad Latinoamericana, conocer era importantísimo para generar una conciencia sobre la unidad Latinoamericana “...escuchar los acentos de otros países latinoamericanos (...) escuchar a través de su música, sus experiencias; conocer sus calles, sus nombres, sus ríos, sus montañas, van creando uno de los objetivos grandes de Radio Color: la conciencia de unidad de los países latinoamericanos.” (Aliaga, 1995:4).

El escuchar la música de los países Latinoamericanos, el conocer de los mismos a través de los programas que se producían, tenía como gran propósito el generar una conciencia sobre las realidades; conducían a valorar el sur como señalaba Sauma “Nuestro camino es llegar a mejorar nuestra calidad, para seguir influyendo en el pensamiento de la gente y cambiar un poco su conducta en el sentido de valorar el sur.” (Molina, 1991:12), este trabajo fue recurrentemente mejorando, llegando al abordaje de temáticas con mayores elementos tanto informativos como valorativos por ello Sauma señalaba que “Además de la música, hemos manejado algunos principios temáticos en nuestras transmisiones. Hablar de la unidad latinoamericana por ejemplo y también de la necesidad de valorar nuestros países.” (Souza 1991:16).

Los diferentes aspectos nos permiten ver con algún nivel de nitidez que la propuesta de Radio Color se planteó como uno de sus objetivos centrales el trabajar por crear una conciencia sobre la necesidad de la unidad Latinoamericana, aspectos que fue uno de sus horizontes durante la existencia de esta estación Radial por ello utilizaron todo lo que la imaginación les permitía

“La radio es eso, es la magia, la imaginación de las cosas. Y el color que le ponen es definitivamente latinoamericano.” (Aliaga, 1988:66).

5.9. Instrumentos que utilizó

Radio Color para cumplir los objetivos trazados utilizó una serie de instrumentos entre los que se destacan la música, el estilo de los locutores y conductores, la participación de la audiencia, la proximidad a su audiencia y el uso de otros géneros y formatos.

5.9.1. La música e idioma

Hay una serie de aspectos que nos muestran que la música era uno de los más importantes instrumentos en los que se pensó a tiempo de trabajar el proyecto Radio Color, se concebía entonces, que los *“...nuevos y frescos objetivos de crear un sistema de comunicación y servicio mediante la música en español...”* (Aliaga, 1988:66) era la llave que posibilitaría caminar firmemente para conseguir los propósitos planificados, Lucía Sauma directora de ese medio de comunicación decía que *“...a través de una manifestación clara como es la música...”* (Iñiguez, 1987:28), aquella mezcla o combinación de sonidos que despierta identidad y sentimientos, era posible lograr llegar a gran parte de la audiencia a la que se quería llegar, por que se utilizaría la música que respondía a sus gustos y su identidad, en ese tiempo *“...había un eslabón que estaba totalmente vacío y era el de la música popular, folclórica... se estaba copando cada vez más el espacio con música en inglés. Lucía anota dos factores muy importantes aquí. Uno el idioma y otro, el género musical.”* (Aliaga, 1988:67). Lucía Sauma decía: *“...entonces nosotros debíamos recoger el idioma y las costumbres de la gente de la ciudad...”* (Iñiguez, 1987:28) y en base a ellos, se hace una definición sustancial para el proyecto, una radio musical, era un tema sin discusión, sin embargo a ello se suma un aspecto de alto impacto, música, si pero en español variada y diversa, frente a las otras FM's que pasaban música en inglés o instrumental.

“...cuando planificábamos, hicimos un análisis pareció todo un acierto crear una radio que solamente difundía en español, por que iba a cambiar, no solamente la fisonomía de la FM, sino a la gente...” (Aliaga, 1988:67), este aspecto salía de una sencilla percepción del momento; el espectro de la FM tenía por rasgo fundamental, una radio que pasaba música en inglés casi toda su programación, pareciendo una discoteca de toda la jornada, por el otro, una propuesta que era de música clásica o instrumental, así *“...se convirtieron en pioneros de las radios de frecuencia Modulada, que transmiten sus programas en español y 100% de música Latinoamericana.”* (Molina, 1991:12),

Ya cuando el proyecto andaba quedaba claro que Radio Color patentizaba su sentido de propuesta radial con la música en español como instrumento, se decía entonces que *“...de todas las radios FM's que nacieron años atrás, Color quiso distinguirse por dos rasgos: transmitir música en español...”* (Souza, 1991:16), ese reconocimiento, además al ver la respuesta, hizo que este medio de comunicación, como refuerzo y sello de su iniciativa, acuñará una muy conocida frase que la identificó durante toda su existencia, Radio Color *“...un homenaje a la música en español...”* (Aliaga, 1988:71), frase que condensaba sintéticamente, no sólo el uso de un idioma que la gente de la clase media urbana de la Paz

habla mayoritariamente, sino, una propuesta de Radiodifusión mucho más abstracta que la mera coincidencia de elección. Lucía Sauma señalaba que Radio Color “...es un equipo joven que trabaja, no sólo con entusiasmo, sino con convicción en los planteamientos de Radio Color, como ser ... el uso del español como idioma...” (Iñiguez, 1987:29).

Una cosa parece quedar clara, el emplear música y el español, fue uno de los mejores aciertos de Radio Color y le brindó un amplio éxito en audiencia, esto fue observado rápidamente por las empresas que ven la comunicación radiofónica como un negocio e inmediatamente “...las FM’s de la competencia han tenido que entrar a la música en español...” (Aliaga, 1988:65), aunque en la mayoría de los casos no podían utilizar la variedad y diversidad de música como lo hacía Radio Color.

5.9.2. Proximidad

Era fácilmente perceptible en el espacio radiofónico previo a Radio Color, que existía un esquema de práctica radial, marcado por una enorme distancia entre las propuestas y los oyentes, estas enormes distancias eran de diverso tipo, edad, sexo, gusto, tiempo, distancia cultural, géneros y formatos de las propuestas y muchos otros aspectos más.

En ese escenario, Radio Color apunta otro elementos que también remueve los esquemas, utiliza otro instrumento, lanzar una propuesta radial próxima a la gente, a la audiencia a la que quería llegar, clase media urbana de La Paz. Así, emerge una estación radial próxima a la gente, una radio muy cercana a su audiencia, como la gente normal, que hablaba como ella en su idioma, que compartía sus costumbres, ambiciones, inquietudes y que le servía, sus locutores y conductores eran como ellos y representaban su cultura. Esta proximidad fue también otro instrumento, que aunque no se lo explicita y reconoce, posiblemente haya tenido, tanta o más importancia que otros.

5.9.3. Participación

Siguiendo esa línea de aciertos y de romper esquemas, Radio Color hizo lecturas muy importantes, entre ellas, se percató que las emisoras habían olvidado algo, de vital importancia en la naturaleza de un medio de comunicación, alcanzar la feedback o trabajar por ella. Así su propuesta emerge con un marcado sentido, que la audiencia, la clase media de la ciudad de La Paz, a quien se direccionaba su trabajo, sea participe directa de su propuesta.

Radio Color, a partir de sus miembros, entendía la participación como aquella dinámica donde la audiencia tomaba parte de la actividad radial, es decir, la participación significaba intervenir, ser actor de su labor, así se generaba una relación de partes, el medio otorga espacio a la audiencia, democratización de la comunicación, construye una comunicación activa, una propuesta radial más democrática en la medida en que, los ciudadanos tienen, individual y colectivamente, una verdadera capacidad de sentirse parte, de sentirse sujetos de la comunicación, y no simplemente objetos de ella.

La participación tenía diversos mecanismos y formas, partiendo del más sencillo, como pedir canciones, pasando por escuchar sus opiniones, expectativas, anhelos, esperanzas,

problemas llegando a la acción de movilización social por sus demandas y reivindicaciones, sólo basta citar su acción en lograr una ley por las personas con discapacidad, trabajar por una ley para los trabajadores del hogar, o contra la violencia familiar y contra la mujer, o por el cuidado del Medio Ambiente plantando árboles y así se pueden nombrar muchas actividades y acciones, que eran resultado de la constante participación de la audiencia. FM 101, sin duda, con el uso de este instrumento, como es la participación de la gente, apuntó un otro elemento que le dio el éxito que alcanzó.

5.9.4. Estilo

El estilo, se puede entender como la forma o modo particular o individual de ser o hacer algo, en nuestro caso si hablamos de actividad radial, tendríamos que entender como esa forma particular como encaró la actividad radial Radio Color, fue otro instrumento que utilizó Radio Color FM 101, con mucho acierto, puesto que la forma como utilizó los anteriores instrumentos y trabajó en sus objetivos y sus pilares de propuesta, logró una inusitada y sorprendente audiencia y aceptación.

En particular uno de los estilos, la naturalidad y cercanía de los locutores y conductores, sea posiblemente el más observable, sin dejar otros aspectos que también tuvieron mucha importancia, sin embargo, posiblemente este haya sido el que condensaba con nitidez un estilo de hacer radio y con ello lograba una empatía con su audiencia, transitando a aspectos más avanzados como lograr incluso un identidad entre radialistas y oyentes.

5.9.5. Uso de otros géneros y formatos

Un último aspecto que destacamos, entre los que consideramos instrumentos empleados por Radio Color, está el del uso de géneros y formatos, intuitivamente se podría también señalar muchos aspectos sobre el mismo, sin embargo es este trabajo de investigación el que pretende dar un vistazo, sobre todo cuantitativo al empleo de géneros y formatos en Radio Color, sin embargo, se puede señalar que todo apunta a que se hizo una variada y amplia utilización de los mismos.

5.10. Financiamiento

Es de vital importancia referirse a este aspecto, en primera instancia es prudente señalar que al inicio de sus actividades, Radio Color, tanto para la inversión, como para su funcionamiento, contó con recursos que provinieron de diferentes proyectos que eran canalizados a Radio San Gabriel, en el ámbito de la labor que desarrollaba, estos créditos eran procedentes del exterior y de la propia Iglesia Católica.

Luego cuando ya funciona la emisora, los recursos para sus gastos de funcionamiento eran generados por ella, a través de los espacios publicitarios, tal situación se dio hasta el momento de su desaparición, es decir, los espacios publicitarios fueron la única fuente para percibir recursos pese a la atomización de la torta publicitaria en el ámbito comunicacional. Producto del desmesurado crecimiento cuantitativo de radioemisoras, sobre todo en Frecuencia

Modulada. Los recursos sirvieron para retribuir a los factores productivos que se utilizan en la producción radial, vale decir, mano de obra o recursos humanos, a través de los sueldos, reposición de equipos, gastos administrativos y finalmente a los insumos y servicios que se consumían.

5.11. Administración

Cuando nace Radio Color, tiene una dependencia directa de Radio San Gabriel, posteriormente, esta última se transforma en Sistema Radiofónico San Gabriel, que incluye a Radio Color y después en Fundación Ayni; explicar la situación administrativa de cada período sería extenderse mucho, en todo caso nos limitamos a referirnos a la situación del período en estudio, por considerar que es lo importante, aquí podemos destacar que en todo el lapso de trabajo que realizó este medio, ha tenido como elementos que regían su destino y rumbo, al Arzobispado y a la congregación de los Hermanos de la Salle, la línea de decisión estaba canalizada en estricto apego a los horizontes de Radio San Gabriel en su momento o al Sistema Radiofónico San Gabriel. En cuanto a la administración de sus recursos humanos contaba con autonomía y tenía básicamente tres niveles: los ejecutivos, un segundo nivel, integrado por productores, locutores y técnicos y un tercer nivel con personal de servicio y apoyo.

5.12. Infraestructura

Radio Color, al ser parte, en primera instancia de Radio San Gabriel, luego del Sistema Radiofónico San Gabriel, usó infraestructura que le fuera cedida por ésta institución y consistía básicamente en un estudio de salida al aire y uno de grabación, una discoteca, un ambiente para la dirección y un terreno en la ciudad de El Alto para su transmisor, torre y sistema radiante, posteriormente recibió dos ambientes, uno para la recepción de cables y otro para algunas otras necesidades, esta infraestructura no varió hasta su desaparición.

5.13. Equipamiento

Resulta importante el poder abarcar este aspecto, por considerar que en la actividad radial, la tecnología juega un rol fundamental, para la consolidación de un proyecto y una presencia en el mercado. Radio Color no fue una estación con potencialidades de tecnología de punta, sin embargo tuvo un nivel que le permitía una presencia solvente en el ámbito de la radiodifusión local. Para los fines del estudio se apunta el equipamiento de inicio y al final del período de estudio.

5.13.1. Equipamiento inicial

Cuando Radio Color iniciaba sus actividades en 1985, fue dotada de un equipo en la perspectiva de competir tecnológicamente con otros medios de comunicación en nuestro país, es decir, tenía buenas condiciones para el momento, en relación a otros radios, si bien el equipo que se le dotó no era de la más alta tecnología, pero sí era lo suficientemente bueno y

competitivo como para sacar adelante este medio, a continuación citamos el equipo con el que contaba.

- * 1 Transmisor Continental de 2.5 Kw.
- * 1 Enlace.
- * 1 Cabina de salida, que contaba con el siguiente equipo:
 - 1 Consola o mezcladora POWER 1000 industria Italiana de 10 canales y expandible a 17 líneas.
 - 2 grabadoras de cinta REVOX B77 MK II industria Americana.
 - 2 Caseteras REVOX industria Americana.
 - 1 Procesador de audio ORBAN OPTIMOD FM 8100^a.
 - 1 Ecuador SAUNDDERFTSMEN DC2214.
 - 1 Procesador de sonido dbx 222.
 - 1 procesador de sonido dbx 200.
 - 1 caja de efectos de sonido ROLAND SDE 1000.
 - 1 caja de teléfonos de 16 líneas.
 - 3 micrófonos unidireccionales SENNHEISER M2Q441.
 - 1 monitor YAMAHA R-70.
 - 3 Tornamesas o platos TECHNICS.
- * 1 cabina de grabación que contaba con el siguiente equipo:
 - 1 consola o mezcladora MICRO•TRAC CORPORATION 6618 de 6 canales expandible a 18 líneas.
 - 2 grabadoras de cinta TASCAM 32.
 - 2 Platos o tornamesas RUSCO.
 - 1 Monitor PIONEER Tx-130.
 - 1 Grabadora de cassette REVOX.
 - 1 Ecuador gráfico LINEARTECH.
 - 2 Micrófonos.

5.13.2. Equipamiento en 1990

Para el año 1990 este medio de comunicación, había realizado pocos cambios, en el mayor de los casos, todavía mantenía equipo de sus inicios, por ello se muestra solamente una lista de equipo adicional o de sustitución de anteriores.

- * Transmisor de 0.7 Kw. de emergencias.
- * En cabina de salida al aire tenía en calidad de sustitución de equipo ya deteriorado:
 - 2 Casetteras TECHNICS HX-PRO (sustituyen).
 - 1 grabadora de cinta TASCAM (sustituye).
 - 2 CD SONY CDP-35 (adicional).
 - 2 Catridge reproductores TOPMASTER 980 TOP RS (adicional).
- * En cabina de grabación:
 - 1 CD SONY CDP-36 (adicional).
 - 1 Grabadora de cassette REALISTIC L-le SCT-84 (sustituye).
 - 1 Micrófono NKG D321 (sustituye).
 - 1 Catridge grabador y reproductor CONTEL CT 101 R-B.

De lo visto anteriormente, se puede adelantar que gran parte del equipo inicial fue utilizado durante el tiempo de vigencia de este medio de comunicación, además según fuentes de esta emisora, uno de sus mayores problemas desde el inicio de sus actividades ha sido el aspecto técnico de emisión que hasta el momento de su desaparición no pudo ser encarado con seriedad para encontrar soluciones que les permita ofrecer una señal óptima.

5.14. Recursos humanos

Los recursos humanos con los que contó Radio Color se los puede evaluar desde dos perspectivas: cuantitativa y cualitativa.

5.14.1. Perspectiva cuantitativa

Radio Color tuvo una media de funcionarios de 10 a 12, en general cumplían funciones de productores y locutores y tenía personal de servicio. Utilizaba para temas contable personal que prestaba servicios en Radio San Gabriel. Por las pesquisas realizadas el personal con el que inició sus actividades en 1985 fue el siguiente:

Director General: Toto Arévalo (estuvo por muy poco tiempo, no más de seis meses, luego fue sustituido por Lucía Sauma).

Director Comercial: Carlos Ribera.

Jefe de Programación: Beni Koach.

Locutores: Fernando Espinoza, Juan José Valdivieso, Jackeline Gamio, Ramiro Plata, Nila Ruiz, Saúl Maldonado, Leoncio Ponce, Marco Antonio Noriega, Víctor Lupo.

Tras el paso del tiempo se realizaron importantes cambios, sobre toso en los primeros meses, es así que un mujer asumió, a finales del año 1985, la tarea de conducir los destinos de la estación radial y como era de suponer se realizaron ajustes en el equipo humano, pero además producto de la expansión que experimentó se hicieron cambios fundamentales. Para el año 1990 contaba con el siguiente recurso humano:

Dirección General: Lucía Sauma

Locutores y Productores: Jose Luis Aliaga, Nila Ruiz, Marco Antonio Noriega, Humberto Cavaría, Ramiro Plata, Omar Gómez, Oscar Pozo y Jesús Ramos.

Es importante apuntar que por este medio de comunicación pasaron muchas personas cumpliendo diversas funciones, sólo rescatamos a los integrantes de los dos momentos analizados.

5.14.2. Perspectiva cualitativa

En este plano debemos observar dos aspectos: el primero la formación académica y el segundo la experiencia, capacitación y actualización. En el primer caso, es necesario señalar que 1985 es un momento donde la formación académica en el campo de la comunicación social comienza recién a dar pasos en el ámbito estatal, en el privado ya tenía un pequeño recorrido,

por ello, el recurso humano que utilizó Radio Color, en el caso de los espacios de dirección, tenían ya formación académica, no así en los actores operativos, que recién estaban en proceso de formación (algunos) y otros sólo experiencia.

En el segundo caso, Radio Color se preocupó de preparar y capacitar de forma conveniente, durante muchos años a personal que trabajaría con el proyecto, durante su ejecución mantuvo esa política, mediante la cual su personal desarrollaba conocimiento, habilidades, destrezas y experiencia en la actividad radial y se consustanciaba de la filosofía de la emisora y del compromiso con ella. Es necesario señalar que en contadas veces, recurrió o incorporó a recurso humano formado en otros escenarios; de esto se puede inferir que ha sido una especie de escuela para mucho personal que pasó por allá.

Capítulo VI

Construcción de un modelo de estructuración de géneros y formatos

6. Construcción de un modelo de estructuración de géneros y formatos

Un aspecto básico y necesario, para saber qué géneros y formatos empleo Radio Color, es encarar la tarea construir un modelo teórico y conceptual de estructuración de géneros y formatos, que permita una sistematización, para obtención y el análisis de la información. Para ello comenzamos por trabajar en la parte teórico conceptual, para luego armar el modelo.

6.1. El género radiofónico

En el capítulo dos, ya se hizo una conceptualización de los géneros, se había señalado que toda producción radiofónica tiene características globales que son comunes y las cuales pueden ser aglutinadas o agrupadas en diferentes bloques con características similares. Esto implica que los productos radiales radiofónicos que tienen elementos comunes son identificados como de un mismo género.

Los géneros radiofónicos son las primeras distribuciones del material radiofónico, es decir, son las primeras características generales de un programa o de una producción radiofónica, se puede considerar a los géneros como una especie de casilleros de producción.

6.2. Clasificación de los géneros radiofónicos

No existe un consenso total en el plano académico sobre la tipologización de géneros radiofónicos, aunque hay convergencia, sin embargo para base de nuestra investigación utilizamos los criterios de José Ignacio López Vigil, pero también, se han utilizados algunas otras contribuciones para adecuarlos a los propósitos del trabajo, de esto se tiene la siguiente tipología:

- a) Según el modo de producción de los mensajes, aquí se distinguen cuatro tipos de géneros: el periodístico, dramático, musical y de variedades y miscelánea.
- b) Según la intención del emisor se reconocen básicamente: el informativo, educativo, de entretenimiento, participativo, cultural, religioso, movimiento social, publicitario y otros que respondan a la intención que se tenga.
- c) Según la segmentación de los destinatarios podemos nombrar: el infantil, juvenil, femenino, de tercera edad, campesino, urbano, sindical y otros que responda al criterio de segmentar a los destinatarios.
- d) Tiempo de duración que hace referencia a la extensión en términos de duración y se reconocen al menos dos: los de larga duración y los de corta duración.

Para los fines de la investigación, se utilizarán sobre todo los géneros que responden al modo de producción de los mensajes, segmentación de los destinatarios y el criterio del tiempo de duración.

6.2.1. Géneros según el modo de producción del mensaje

Se clasifican en cuatro: periodísticos, dramatizados, musicales y variedades y misceláneas.

6.2.1.1. Géneros periodísticos

Es el que más se vincula de forma directa a la realidad con el oyente, es aquél género que lleva una variedad de datos sistematizados o no, y relativos a hechos, situaciones, acontecimientos o actores de la realidad. *“Los géneros son grupos [de mensaje o productos radiofónicos] que presentan rasgos comunes externos -y no de fondo- en su construcción significativa.”*(Torrico, 1993:157).

Involucran una multiplicidad de rasgos propios entre las que podemos destacar su carácter social, fundamentado en que afecta de forma directa o indirecta a la comunidad; por otro lado es siempre apegada a los sucesos recientes, es decir, novedoso, lo que lo hace actual, entendido esto como lo más cercano al tiempo presente.

Otro aspecto clave es el interés, el valor que tiene un hecho o una situación para una persona o para la comunidad, y la capacidad de satisfacer la incertidumbre y la curiosidad. Su apego a los hechos se constituye en otro rasgo importante, sumando a ello la responsabilidad que implica su práctica en beneficio de la colectividad.

Los géneros periodísticos *“...nacen del tipo de tratamiento que se otorga a los contenidos para su formalización transmisible.”*(Torrico, 1993:157).

6.2.1.2. Clasificación del género radiofónico periodístico

El género periodístico también tiene una variedad de tipos entre los que destacamos:

- a) Informativo, este género se basa en un relato directo de los hechos, situaciones o acontecimientos tratando en posible de alcanzar a la verdad y apego de los mismos.
- b) De opinión, su esencia radica en los elementos valorativos que se realizan sobre hechos, situaciones y/o personas, es decir, en el juzgamiento de estos, implica una posición y actitud subjetiva.
- c) Interpretativo, su propósito central radica en la explicación del hecho, situación o acontecimiento.
- d) Investigativo, es relativamente nuevo su propósito es la investigación de hechos, situaciones, acontecimientos y problemas para a través de diferentes metodologías y con un trabajo riguroso, exhaustivo y lo suficientemente preciso obtener conclusiones y soluciones confiables e inapelables.

6.2.1.3. Géneros dramatizados

Comenzamos señalando que este género es uno de los que más mueve a la acción sentimental y cuando hablamos de acción (que viene de drástico, es decir, actor enérgico) nos referimos a la acción teatral como elemento clave, es un género altamente conmovedor y pretende que el oyente asuma una actitud de sensibilidad (tristeza, alegría, rabia, etc.).

Otro rasgo principal es que realiza representaciones de hechos y situaciones, es decir pone en el presente elementos del pasado o sencillamente del futuro (imaginables). Lo que implica que crea o recrea situaciones y hechos que hemos vivido o quisiéramos vivir.

Su esencia fundamental radica, que el drama generalmente crea conflicto, o por lo menos se nutre de él. Recurrentemente se desplaza en una estructura típica, que involucra tres partes fundamentales: la presentación o introducción, el desarrollo, trama o conflicto y finalmente el desenlace o final.

Podemos apuntar como elementos básicos la ficción, entendida como el hecho de fingir o la creación o el invento de situaciones y hechos, pero también cuando hablamos de fingir nos referimos a simular o representar, es decir, dar a entender lo que no es; cuando hablamos de creación queremos entender la producción de una cosa que no existe, el concebir la misma; finalmente, el inventar, es hacer algo nuevo que no exista (fabricar) y para ello se utiliza la imaginación, el ingenio, la idea y la capacidad de pensar y poner las facultades para el cometido.

6.2.1.4. Clasificación de géneros radiofónicos dramatizados

Este género puede ser de los siguientes tipos:

- a) Teatral (o actuado), es cuando el soporte fundamental está puesto en el diálogo y la acción de los personajes. De estos tenemos varios formatos que los analizaremos más adelante.
- b) Narrativo, se caracteriza por que el elemento fundamental es el acento que se pone en la evocación que hace el narrador, en cómo cuenta, relata o expone los hechos o situaciones, las que explica, expone y describe.
- c) Combinado o mixto, cuyo rasgo es la fusión de los dos anteriores pero también con otros géneros como el periodístico y el musical.

6.2.1.5. Géneros musicales

Al igual que en los anteriores géneros en el caso de los musicales tiene las mismas connotaciones, vale decir, son grupos de música que presentan rasgos comunes o características similares de diverso orden o del interés que se prefiera al escucharlos y para los fines consiguientes.

6.2.1.6. Clasificación de los géneros radiofónicos musicales

La clasificación de los géneros radiofónicos musicales es de lo más variada, tanto desde el plano enteramente musical llegando a otros ámbitos. Pese a esta variedad podemos indicar algunos de ellos que nos servirán como base para la presente investigación.

- a) Vocal o instrumental, hace referencia a la presencia de la voz o sencillamente de las notas provenientes de instrumentos, pero también a un género mixto donde cada uno tiene su parte tanto el vocal como el instrumental.
- b) Ritmo, melodía y armonía, se constituyen en otra forma de generalizar producciones musicales y con ello introducirse en la actividad radiofónica, el ritmo hace referencia básicamente a la proporción simétrica de los tiempos fuertes y débiles en una frase musical, se le puede llamar cadencia o compás; por su lado la melodía se refiere al desarrollo de una idea musical simple o compuesta, con independencia de su acompañamiento, es decir, es la cualidad del canto que bajo sus características se hace agradable al oído; finalmente la armonía que es la combinación de sonidos simultáneos y diferentes. Estos aspectos posibilitan el diferenciar y al mismo tiempo agrupar producciones musicales. Es necesario señalar que esta tipología se conecta sobre todo al campo de la musicología.
- c) Época o tiempo de su producción, hace referencia fundamentalmente a la época de la cual data, es decir, moderna, antigua, actual, etc.
- d) Procedencia geográfica y/o cultural, es decir de qué región o cultura proviene la producción musical.
- e) El idioma utilizado en el canto.

6.2.1.7. Género de variedades y misceláneas

Es un género muy amplio e híbrido, su riqueza y potencialidad está en el uso variado de formatos (no sólo en un programa, sino en todo), su estructura tiene formas variadas para controlar el interés, buscan la participación de oyentes, se requiere una gran capacidad en el desarrollo de destrezas y habilidades de los conductores y por supuesto enorme versatilidad de los mismos. Suele segmentar públicos de acuerdo a sus intereses.

6.2.2. Géneros según la intención del emisor

Este género radiofónico implica la actitud o acción deliberada del emisor, es decir, del sujeto (se considera en este caso el dueño del medio o el productor) del que proceden los mensajes para conseguir un propósito o un objetivo. A partir de esto se pueden tener “...*tantos géneros como intenciones queramos plantearnos...*” (López Vigil, 1997:127), aunque existen algunos que por sus características han sido ya tipologizados en esta categoría, podemos señalar entre ellos al informativo, comercial o publicitario, educativo, cultural, religioso, entretenimiento, participativo y movilización social. Cada uno tiene sus características.

Informativo

Hace énfasis en la información desde una perspectiva que implica dar a conocer, enterar o brindar información, es decir, transmitir un conjunto de datos procesados, que constituyen un mensaje que posibilita al sujeto o conjunto de sujetos, conocimientos sobre hechos, situaciones, circunstancias o personas.

Comercial o publicitario

Hace referencia en general a la actividad radial como una actividad productiva de servicio destinada a la generación de réditos económicos, es decir comerciar con la actividad radial ya sea a través de la colocación de espacios o venta de los mismos o la prestación de servicios como publicitarios, propagandísticos o de otra índole con el objetivo de generar beneficio económico o en su caso utilidad, es decir, hace referencia “...con el aspecto *lucrativo*...” (López Vigil, 1997:127).

Educativo

En general la producción radiofónica es un importante instrumento educativo si partimos del hecho de definirla como un proceso mediante el cual se transmiten valores y conocimientos, que forman y/o instruyen a las personas. Sin embargo, la situación no es tan simple, porque a la hora de hablar de género educativo, en el plano radial nos debemos referir a la comunicación educativa, espacio en el que interactúan y se interaccionan, fundamentalmente, dos sistemas: el comunicativo y el educativo, este último es parte del sistema social y como tal funciona a través de determinadas instituciones, de esto es que se debe señalar que cuando hablamos de radio educativa se hace referencia a la educación formal, que se la debe entender como institución con sus diferentes componentes. Entonces la radio educativa es aquella cuyos programas siguen un plan de estudios previamente determinados y validados institucionalmente, a estos es lo que llamaremos radio de género educativo.

Cultural

Para abordar esta parte, resulta imprescindible tener una base, que entender por cultura, la verdad que existen muchas definiciones y conceptualizaciones sobre ella y mucho se ha escrito, y escribe. Para nuestro propósito se puede considerar la cultura como el conjunto de todas las actividades y práctica humanas, sus formas de existencia, los patrones que regulan el comportamiento de sus miembros, costumbres, creencias, rituales, códigos, normas y reglas, maneras de ser, vestimenta, religión, normas de comportamiento y otros aspectos más. Desde otro punto de vista, se puede decir que la cultura es toda la información y habilidades que posee el ser humano, Pero también la definición y concepto de cultura suele encontrar una acepción artística que la vincula con estas manifestaciones de artística, constituyendo en un escenario restringido. Para el propósito de nuestro trabajo entenderemos el género radial cultura en el marco de estas dos visiones de cultura.

Religioso

En el caso del género religioso, se debe entender, qué tiene estricta relación con una doctrina concebida como enseñanzas o instrucciones basadas en creencias o postulados, con pretensión de validez general y el culto que se brinda a la divinidad, su base es la fé. Así este género es la articulación, producción y estructura radiofónica a los causes de la religión, desde una perspectiva parcial o total, que le da una caracterización.

Entretenimiento

Este implica como rasgo general que la producción radiofónica (en general la actividad radiofónica) se realiza con el objetivo fundamental de dar a la audiencia placer o relajación, implicando de esta forma el entretenimiento distracción y/o diversión. Así la situación, la audiencia podría participar en el entretenimiento pasiva o activamente.

Participación

La participación es una dinámica mediante la cual la audiencia tomaba parte en la actividad radial, implica intervenir bajo diferentes circunstancias y mecanismos en el proceso comunicacional radiofónico. La participación es una relación de partes, el medio otorga espacio a la audiencia, es un mecanismo que democratiza la comunicación, la vuelve una comunicación activa, es democrática en la medida en que, los ciudadanos tienen, individual y colectivamente, una verdadera capacidad de sentirse parte y sujetos de la comunicación.

Movilización social

Cuando nos referimos a movilización social como un género radial, en realidad se hace referencia a un medio de comunicación que tiene estrecha vinculación o actividad social, o que responde a la misma. Así la movilización social se la entiende como acciones frente a problemas, reivindicaciones y demandas sociales, que pueden ser activas (movilizadas) o pasivas (denuncia), en general piden o exigen atención y/o soluciones. Una radio de género de movilización social es aquella que se articula a estas acciones de la sociedad o de grupos de la misma.

6.2.3. Géneros según la segmentación de los destinatarios

Esta tipología hace referencia a los destinatarios o audiencia receptora de los productos radiales a los cuales se los puede dividir o fragmentar de acuerdo a diversos criterios, esto significa que "...nuestro público objetivo, [puede ser segmentado] tomando en cuenta la edad, el sector social, el género, [ubicación geográfica, pertenencia étnica o racial], la lengua..." (López Vigil, 1997:128) y otros criterios que permitan su parcelación. De la revisión de diferentes criterios para segmentar se puede rescatar en el caso de la edad infantil, juvenil y tercera edad, en el caso de género femenino y masculino, en el caso de ubicación geográfica tenemos a los urbanos y rurales (campesino) y finalmente por pertenencia de clase social populares, clase media y elites.

Aunque esta tipología no es lo suficientemente clara y precisa, sin embargo posibilita el tocar algunos aspectos que integren una visión más integral de la producción radial, de ello el fundamento de su utilización.

6.2.4. Géneros por tiempo de duración

Algo que tiene en común cualquier producción radiofónica es el tiempo de duración, esta importante característica, que hace a la actividad radial, puede ser lo más variable posible, sin embargo, la habitualidad ha generado determinados parámetros de duración de los productos radiales, basta citar materiales que duran 20, 30, 40 o 45 segundos, otros que tiene duraciones entre 1 y 5 minutos, de 15 a 30 minutos o 1, 2, 3 o más horas. A fin de

intentar poner parámetros, se han tipologizado al menos tres segmentos: el primero de corta duración, los de mediana duración y los de larga duración, adicionalmente a esta tipología, se tiene que señalar que estos tienen otros aspectos claramente visibles, se trata de si son: dramatizados y/o actuados, narrados y/o relatados, musicalizados, testimoniales y por último, mixtos y/o combinados.

Los géneros de **corta duración** son aquellos cuyos parámetros de uso de tiempo, en general van desde los 5 segundos hasta los 5 minutos, en algunos casos se amplía este parámetro porque existen algunas producciones, que pueden pasar ese tiempo sin llegar a ser consideradas, como géneros de **mediana duración**, es este segundo caso los parámetros oscilan entre desde 7 minutos hasta los 45 minutos y finalmente los de **larga duración** son los que van desde 1 hora adelante.

6.3. El formato radiofónico

En el caso del formato, también en el capítulo dos, se conceptualizó, sin embargo, se puede señalar que son estructuras concretas y objetivas de la producción radial. Muestran la disposición de las partes en una producción específica, son aquellas estructuras en las que se vierten los contenidos de la producción, por ello, se consideran moldes concretos de realización.

6.4. Clasificación de los formatos

Los formatos son de los más variados que uno pueda pensar y naturalmente están vinculados directamente e indirectamente a los géneros radiofónicos, es más son su matriz, es decir el origen de su procedencia, por ello los utilizaremos como grandes aglutinadores, las bases teóricas-conceptuales nos permiten trabajar en los siguientes formatos.

6.4.1. Formatos Periodísticos Informativos

La Nota Simple

Es aquella cuyos rasgos fundamentales son brindar los datos básicos de un hecho o una situación noticiosa, responde de forma puntual a las clásicas interrogantes del periodismo ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Dónde?, ¿Cuándo?, ¿Cómo? Y ¿Por qué?

La Nota Ampliada

Es aquella que al margen de brindar los datos básicos, brinda también otros elementos tales como el relacionar el hecho con otros, revelar las causas, completar con sus alcances, prever consecuencias, situación geográfica o histórica.

La crónica

Es un formato sobre todo de corte descriptivo narrativo de los hechos en forma cronológica, su característica fundamental es que se efectúa desde el lugar de los hechos, en este formato se desarrolla más el ¿cómo?

La cronología

Es un relato de los hechos o situaciones tal y como ocurrieron en el tiempo, siguen un orden de ocurrencia en el tiempo. Su diferencia con la anterior radica en que se puede jerarquizar y no necesariamente es desde el lugar de los hechos.

La Entrevista

Es un diálogo basado en preguntas y respuestas, es un proceso cuya modalidad es interrogatorio para tocar uno o varios temas. Existe de varios tipos entre los fundamentales destacamos: Por el número de participantes: interpersonal, grupal, encuesta, conferencia de prensa; y por la finalidad que persigue, entre las que podemos mencionar la informativa que sirve para obtener datos de algo o alguien, la de opinión para conseguir valores, argumentos o juicios, la de semblanza persigue conocer la biografía de alguien, por el grado de preparación donde nos encontramos con la imprevista o preparada.

La Semblanza

Es un intento de abordar en forma integral la descripción de una persona, es decir, es la biografía y un propósito de recuento de los aportes y errores del personaje. Es un intento por mostrar el perfil de una persona.

El Reportaje

Es un formato completo (incluye la libertad en la utilización de otros formatos) pretende el abordaje a profundidad, por ello se caracteriza por mostrar, cuestionar, analizar, denunciar, valorar o recuperar un hecho, situación o fenómeno. Tiene una amplia libertad temática, por ello investiga, hace seguimiento, sistematiza, recopila y profundiza. Existen varios tipos de clasificación, pero para fines de esta investigación se utiliza dos fundamentalmente; por su finalidad donde nos encontramos con el demostrativo (prueba una tesis), descriptivo (informa), narrativo (tiene carácter histórico), instructivo (proporciona conocimiento), conmovedor (exhorta a la acción) y el de entretenimiento (genera momentos agradables); el segundo tipo es por el método utilizado donde están el testimonial (en base a testimonios) y el documental (en base a documentos, revisión de hechos y registros).

Flash informativo

Es el relato de una noticia generalmente de urgencia y de último momento, su difusión se la realiza en cualquier instante, no respeta horarios ni programas, no brinda detalles, no tiene una estructura formal y su rasgo fundamental es la inmediatez.

Adelanto

Es un formato informativo que anticipa una noticia sin dar muchos detalles, en general se brinda el ¿qué? y el ¿Quién?, suele servir para adelantar otros formatos más grandes de noticias como el gran informativo o noticioso.

Micronoticioso

Se trata de un formato que tiene corta duración, no pasa de 5 minutos, su característica fundamental es que transmite un grupo de noticias, que no son muchas; brindan datos generales, es decir, síntesis de noticias, suelen ser periódicos (cada hora o media hora).

Gran informativo o noticioso

Es un espacio de amplia exposición de noticias, suele tener una larga duración (30, 60 y más minutos), su estructura es variada y generalmente hace uso de otros formatos e incluso de otros géneros, realiza selección y jerarquización de noticias.

Radiorevista o revista informativa (magazín)

Este formato tiene como rasgo fundamental la diversidad de uso de otros formatos y géneros, pero fundamentalmente de contenidos y el tratamiento de estos, además su estructura es altamente flexible.

6.4.2. Formatos periodísticos de opinión

Opinión

Es uno de los formatos básicos de este género, da cuenta del parecer o criterio (juicio de valor) que se forma una persona de un hecho, situación, tema, circunstancia y/o persona (as).

El Comentario

Es otro formato que se fundamenta en la emisión de juicios de valor y toma de posición de una persona y con un propósito intrínseco de dar pautas para la formación de criterios sobre una persona, hecho, situación o tema. Uno de sus riesgos fundamentales es su brevedad, contundencia, además de ser directos, sustanciosos, contundentes, penetrantes y claros.

El Editorial

Emite juicios de valor y fija posición del medio sobre un hecho, tema o situación. Tiene una amplia libertad temática.

Sondeo de opinión

Es un formato que tiene como base la opinión de un grupo de personas sobre un mismo tema, estas opiniones se las presenta agrupadas con el propósito de mostrar o reflejar a través de ellas los criterios sobre un tema, hecho, situación o personaje (s).

Otros formatos de opinión

Existen otras formas específicas en las que se hacen presentes los juicios de valor, sin embargo existen divergencias y criterios no homogéneos si en realidad deben ser o no considerados como de este género. Entre estos podemos citar el debate, polémicas, paneles, mesas redondas, charlas, entrevistas a profundidad e incluso las tertulias. De todas maneras, estos formatos son considerados en otros acápite.

6.4.3. Formatos periodísticos de interpretación o interpretativos

El Análisis

Es el examen y estudio de causas, efectos, aspectos negativos y positivos de un hecho, situación, acontecimiento, tema y/o personaje (s); su rasgo fundamental es que descomponen y/o fragmenta el todo para luego rearmarlo comprender su estructura y

relacionar con otros eventos, en general su fundamento y base es el intento de explicación. En general lo realizan especialistas o personas de dominio y entendidos en la materia.

La Crítica

Es más un señalamiento de las cosas malas, eventualmente sobre cosas buenas, es argumentativo y el que realiza debe tener amplio conocimiento sobre el tema (especialista o entendido).

La Interpretación

El propósito es dotar de significación a algo que no es comprensible, puede seguir una serie de metodologías, comprende tres fases: los antecedentes, el análisis (explicación) y la valoración.

6.4.4. Formatos periodísticos de investigación o investigativos

Es un periodismo que consiste en la obtención de información a través de métodos rigurosos, exhaustivos y los suficientemente precisos para obtener conclusiones inapelables y así aclarar hechos, situaciones o problemas.

Destape

Su alcance fundamental consiste en lograr, a través de la investigación, aclarar hechos situaciones o problemas con varias interrogantes y con marcadas intencionalidades de ocultar datos.

Experimental

Es una investigación sustentada en el propósito de alcanzar conclusiones a través de métodos sobre diferentes problemáticas de diverso orden.

6.4.5. Formatos dramatizados (o actuados)

Los Radioteatros

Obras teatrales grabadas o adaptadas a la radiodifusión, son obras dramatizadas de libre temática.

La Radionovela

Es una representación actuada de un suceso en varios capítulos o episodios, se desarrolla a través de tramas.

La Series

Son conjuntos de capítulos o episodios relacionados entre si y que se suceden uno detrás de otro, pudiendo o no ser ordenados.

El Sociodrama

Es una representación de la cotidianidad social, puede o no tener desenlace, se basan en conflictos, enredos, cosas curiosas, etc.

Sketches

En general es un formato de corte cómico, aunque su naturaleza es más teatral, sin embargo se lo asimila como formato cuyo rasgo es ser una escena cómica improvisada, suele utilizarse asociado o incorporado a otros formatos.

Los Espacios Cómicos

Su rasgo fundamental es la burla, o ridiculización sobre diferentes temáticas.

Las Personificaciones

Consistente en caracterizar a una realidad no humana (inanimada) como humana. Son representaciones de elementos de la naturaleza, su uso se centró en programas educativos o de concientización.

Las Fábulas

Su base son relatos falsos o sin fundamento real, cuyo propósito esencial es que buscan una enseñanza moral.

Los Diálogos

Son conversaciones entre dos o más personas, está marcada por antagonismos y/o acuerdos.

Los Monólogos

Es la acción de hablar de una persona como si lo hiciera consigo misma.

6.4.6. Formatos dramatizados narrados

Los Cuentos

Son relatos fantásticos, suelen ser la constancia de hechos y generalmente los personajes son de ilustración, existen una variedad: infantiles, fantásticos, tradición oral, terror, amor, aventura, historia, humorista, costumbrista, moralista, etc.

Los Mitos

Son relatos que refieren a acciones de héroes o dioses que intentan explicar, vía imaginación, la realidad. Son anónimos y generalmente antiguos.

Las Leyendas

Se caracterizan por ser relatos que abordan las relaciones con el entorno y consigo mismo, se puede decir que son la historia desfigurada por la tradición. Intentan la explicación de algo.

Las Tradiciones

Son las transmisiones recurrentes, de generación en generación; de hechos, sucesos, ideas o normas.

Las Parábolas

Son narraciones de un suceso inventado, para explicar o enseñar algo con personajes reales o inventados.

Relatos históricos

Este formato se caracteriza por ser relatos de hechos o acontecimientos pasados.

Los Chistes

Relatos de mofa, burla o ridiculización de libre temática.

6.4.7. Formatos dramatizados mixtos (actuados y narrados)

Todos los formatos ya anteriormente identificados pueden ser combinados ya sean dos o más de forma tal que se tengan producciones radiofónicas mixtas que al mismo tiempo sean actuados y narrados. En la realidad la mayoría de las veces se da esta situación

6.4.8. Formatos de variedades y misceláneas

Las revistas o magazines

Son espacios con una amplia utilización de formatos y temáticas, su estructura suele ser en función de partes o sectores, buscan buena relación con el oyente, pueden ser grabadas, en vivo y mixtas. Se puede tipologizar por: por público a la que va dirigida (infantiles, juveniles, femeninas masculinas, trabajadoras del hogar), especializada (informativas, deportivas, musicales, educativas, religiosas, culturales, económicas, políticas, históricas), tiempo de duración de la misma (larga duración de 3 a 4 horas, mediana duración de 1 a 2 horas, compacta de 15 a 30 minutos), periodicidad (diaria, semanal, quincenal, mensual), por su forma de emisión (grabadas, transmitidas en directo, mixtas).

Shows y/o espectáculos

Se caracterizan por ser espacios de diversión, su propósito y objetivo fundamental es la distracción, son atrayentes y llaman altamente la atención, suele realizarse ante público presente. Se requiere de locutores o animadores versátiles.

Participativos

La base de este formato es la participación o protagonismo de la audiencia, ésta participación puede ser presencial o no presencial. Sus tipos más destacados son: primero los de concursos y en estos existen de tres maneras: los de competencia (el mejor gana), los de azar (la suerte hace que ganen) y los de participación (por participar se gana), el segundo tipo es el de debate o de opinión marcado por la polémica, la discusión y controversia.

Las Transmisiones

Eventos que se los acerca a la audiencia en tiempo real y cero distancia. Entre sus tipos están las deportivas, musicales, periodísticas, etc.

6.4.9. Formatos musicales

Radio revista musical

Es uno de los formatos más utilizados, básicamente consiste en la articulación de varias partes (en su caso otros formatos) *“se basa esencialmente en la música, también incluye*

entrevistas comentarios, informaciones variadas” (Aliaga, Coronel, 2000:64) pero por sobre todo, la música es el eje del cual se desprenden los otros componentes, se conocen al menos dos variantes: la revista musical variada y la revista musical especializada.

Estrenos

Es un formato cuyo rasgo fundamental es el estreno o primera difusión en una estación radial o en primicia de una nueva producción musical, ya sea ésta de grupo o intérprete, suele matizarse dando los detalles y características del disco y de las canciones (autor de la letra, de la música, arreglista, etc.), también suele invitarse a los intérpretes.

Música del recuerdo

Se sustenta en canciones o música con años de vigencia ya sea variada o por intérpretes, matizadas con datos del material como fechas de grabación, estudio en el que se grabó, intérprete, autores y muchos otros datos, también se los puede matizar con pedidos tanto por carta como por teléfono.

Programas especializados

Su rasgo fundamental es que trabajan con un género o atributo específico de la música y no se desvían, aunque si se pueden utilizar otros formatos de refuerzo al eje central podemos citar programas roqueros, salseros, de música clásica, baladistas, etc.

Los pedidos musicales o complacencias

Son espacios en base a las sugerencias propuestas por la audiencia sobre la estructura musical del espacio, estas propuesta pueden ser variadas y a través de diferentes modalidades entre ellas de cartas, de llamadas telefónicas u otras vías y entre sus variantes están las que se las dedica.

El invitado especial

Consiste en brindar un grupo de canciones sobre un interprete ya sea este un solista o grupo, el tiempo es determinado de acuerdo a los objetivos, limitaciones y necesidades de la producción. Existen variados tipos como el de los recitales en vivo, la mezcla de canciones en vivo con grabaciones originales, el especial narrado, es decir, el locutor interviene entre las canciones brindando datos sobre el o los intérpretes.

El frente a frente (mano a mano)

Consiste en hacer rivalidad musical entre dos interpretes (sean estos cantantes o grupos), existen modalidades variadas como la de canción contra canción o bloque de canciones contra bloque de canciones, también el frente a frente desde una visión de género o de generación.

Los éxitos musicales (hit parade, ranking o radio formula)

Son la selección de las canciones de actualidad según la preferencia de la audiencia y de otros parámetros de medición. Existen muchas variantes, aunque claro está, la definición básica sobre su esencia es la misma.

Los festivales musicales (recitales)

Consisten en eventos musicales en vivo y fuera de cabina con la participación de un mismo, o diferentes intérpretes.

El disco debate

Consiste en la utilización de una canción como sustento argumental de un debate abierto con amplia participación, es decir es un formato que *“invita a la reflexión sobre un tema (...) y que debe ser planteado de modo que habrá polémica”* (Sauma, 2000:79).

La historia musical

Son un conjunto canciones o partes de las mismas que a través de su articulación sonora y argumental narran una historia coherente.

Recital

Concierto, en el que un artista o grupo de artistas o una agrupación, ejecuta varias canciones

6.4.10. Formatos según el tiempo de duración

Hacen referencia a la extensión en términos de tiempo de duración y se reconocen al menos tres: los de corta duración, mediana duración y larga duración. Los formatos son variados, pudiendo ser: musicalizados, testimoniales, dramatizados o teatrales, narrados o relatados y mixtos o combinados.

Por necesidad de la investigación los formatos se utilizan parcialmente, entre los de larga duración, sólo consideramos los narrados y/o relatados. Entre los formatos cortos se seleccionan una variedad que incluyen los anteriormente citados, confluyendo en: las cuñas y los microprogramas. La razón de hacer esta selección, radica en su ya previa utilización en otras clasificaciones desarrolladas.

6.4.10.1. Formatos cortos

En general estos productos radiales tienen un tiempo no superior a los 3 minutos; entre sus rasgos fundamentales podemos citar: su capacidad de síntesis o de condensar argumentos, para hacer comprensible el mensaje, es decir, simplifican ideas y ahorran palabras. Por otro lado está la concreción, entendida como la capacidad de precisar los elementos fundamentales. Pese a su corta duración son completos en expresar el objetivo que pretenden y por ello aprovechan al máximo los recursos del lenguaje radiofónico. Finalmente frente a la limitación de tiempo son altamente creativos.

Es necesario señalar que estos formatos pueden ser: dramatizados y/o teatrales, narrados y o relatados, musicalizados (cantados o no), testimoniales y finalmente mixtos y/o combinados), dramatizados. Existen dos tipos fundamentales: las cuñas y los microprogramas.

Formatos cortos tipo cuñas

Publicidad

Son producciones que tienen el propósito de mostrar, promocionar o vender bienes y servicios.

Propaganda

Son producciones que tienen el propósito promocionar o vender ideología.

Identificaciones

Sirven para que el radioyente reconozca a la emisora o el programa o sector.

Características

Cumplen la tarea de identificar el inicio o final de un programa, espacio o sector.

Transiciones

Tienen la finalidad de servir de articuladores de cambios de sectores o espacios en un programa.

Avances

Son producciones que tienen el propósito de promocionar o dar a conocer o anticipar programas o espacios radiales.

Comunicados

Tienen el propósito de dar a conocer algo a actores interesados en el tema.

Necrológicos

Dan cuenta del fallecimiento de personas para que se entere la colectividad y específicamente sus conocidos.

Avisos

Espacios mediante los cuales se da información sobre variedad de temas.

Citaciones

Tienen el propósito de citar a gente vinculada a actividades.

Formatos cortos tipo micro programas

Micro programas

Espacios de libertad temática y de uso de otros formatos pero con limitaciones de tiempo.

Cápsulas

Son micro espacios con una temática libre y que generalmente utilizan otro tipo de formatos, pueden ser cápsulas científicas, históricas, etc.

Flash

Difusión de noticias o de información sobre temas de interés de último momento.

Vox populi

Tienen como característica fundamental el rescatar la opinión o posición de la gente o población sobre diferentes temáticas.

6.4.10.2. Formatos largos dialogados

Son aquellos que llevan adelante el tratamiento o análisis de un tema, hecho, situación o problema, donde la participación es la base fundamental, esta puede ser de especialistas o conocedores en la materia a abordarse o sencillamente afectados o vinculados al mismo. Su tiempo es generalmente de 25 minutos o más.

Entre los tipos más destacados podemos señalar:

El diálogo

Es una conversación de 2 o más personas, el despliegue técnico y de producción no es excesivo. Aquí se reconocen por lo menos dos formatos:

- a) ***El consultorio***, aborda temas de interés general, brinda nociones parciales y/o fragmentarias sobre la temática, no se permiten relaciones de uno a otro problema o tema. Las consultas las realiza el locutor o la audiencia. Algunos ejemplos de consultorios son el médico, jurídico, psicológico.
- b) ***El didáctico***, aborda temáticas desde una visión de dar información pero además, dependiendo de las características, abordar a profundidad temáticas específicas. Ejemplos son diálogos sobre medio ambiente, desarrollo, etc.

La mesa redonda o panel

Aborda temas, hechos, situaciones o problemas a partir de perspectivas diferentes las cuales pueden ser complementarias o polémicas, los invitados pueden ser especialistas o vinculados a la materia abordada.

Entrevista a profundidad

Un formato que por sus características tiene un alcance mayor, que el regularmente utilizado en los géneros periodísticos, este formato pretende llegar a la extracción mayor de información, es un encuentro concertado para abordar algún tema a fondo con todos los datos y detalles.

El debate

Es un formato cuyo rasgo fundamental es la confrontación de posiciones, la discusión, controversia y polémica, ínsita a tomar alguna posición de la audiencia en torno a la materia abordada, en él se exponen sobre todo argumentos.

Polémicas

Tiene como línea fundamental el refutar una opinión sobre algún hecho, situación o tema.

La Charla

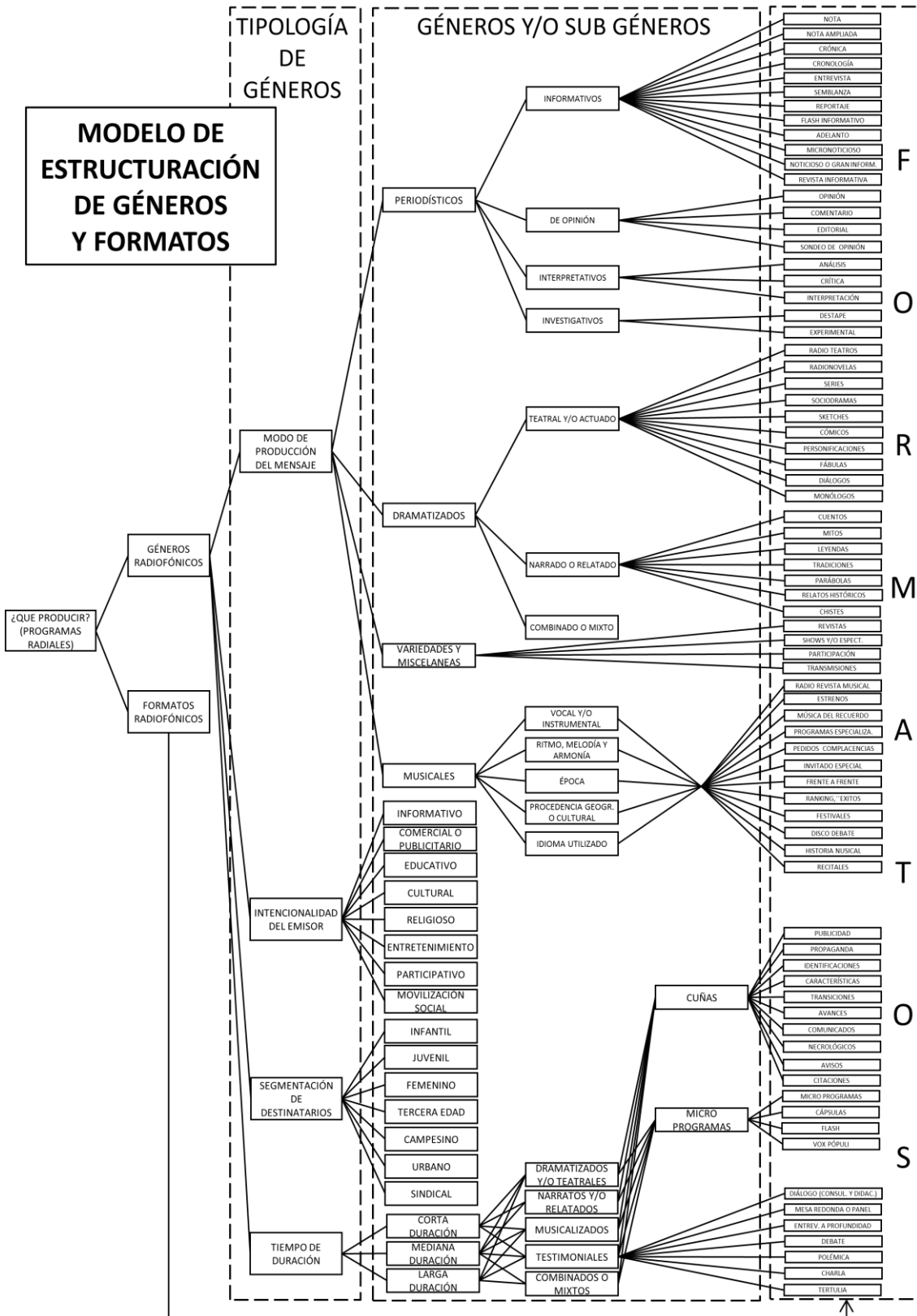
Es un formato más liviano, coloquial y menos profundo aunque mantiene los elementos fundamentales de la opinión, es decir, los juicios de valor. Suele realizársela con especialistas o entendidos en las temáticas en vigencia.

Tertulias

Es un formato que se caracteriza por la reunión de personas para abordar temas, hechos y situaciones, suelen despojarse de formalidad y apertura la posibilidad de debatir, informarse o compartir ideas y opiniones.

6.5. Un modelo teórico conceptual

Debemos comenzar por señalar que, el modelo que se desarrolla a continuación, es un intento teórico conceptual por representar la realidad, es decir, describir algún aspecto, para nuestro caso el empleo de géneros y formatos realizado por Radio Color entre 1985-1990. Metodológicamente se inicia por una fase de observación del objeto, ésta, nos permite percibir, atisbar y mirar el mismo para ver sus características y atributos. Luego, esa realidad, se la contrasta con un arsenal teórico conceptual, que ya existe, sin embargo, no hay una estructura unánime y/o consensuada teóricamente, por el contrario existen diversidad de criterios tipológicos para armar una estructura, que responda a lo que se quiere. Posteriormente se intenta medir o cuantificar algunos de los elementos, para ello incorporamos escalas ordinales de medición, en nuestro caso, cómo se mide el empleo de géneros y formatos, son cinco: mucho, frecuentemente, más ó menos, poco y nada. El Gráfico 2 nos muestra en toda su magnitud el modelo construido.



6.6. Instrumentos de recolección de información

Los aspectos más relevantes de ésta etapa implican, el realizar una recolección idónea de datos, para ello, es necesario la elaboración de instrumentos que nos posibiliten dotar a la información de confiabilidad y validez. Son básicamente tres los instrumentos utilizados:

En una primera fase, para armar los antecedentes históricos y la propia propuesta de Radio Color, se hizo una amplia revisión de diferentes publicaciones escritas de corte periodístico. A ello se suma el uso de otro instrumento, las entrevistas a profundidad, guiadas por un cuestionario con preguntas abiertas. Finalmente, un tercer instrumento utilizado, es un cuestionario mixto, con una parte de preguntas cerradas con 5 alternativas, que realizan una medida escalar del empleo de los géneros y formatos, una segunda parte, con preguntas abiertas. El detalle de los mismos está en los Anexos del trabajo.

6.7. Selección de la muestra

Como el problema a ser evaluado es ¿qué géneros y formatos fueron empleados en la producción radiofónica de Radio Color en el periodo 1985-1990?, entonces la información la obtendremos del personal que cumplió diferentes funciones en ese periodo, hablamos de ex autoridades, productores y locutores. De acuerdo a información indagada, en ese periodo prestaron servicios a esa emisora 31 funcionarios, un promedio de funcionarios de 10 anuales. De ese total, seleccionamos una muestra no probabilística (muestra dirigida), sustentada en que se requiere los criterios de una autoridad y cuatro productores locutores, además entre ellos un equilibrio de género y que hayan tenido formación académica en el área de la comunicación social o radiofónica. Ellos son sometidos a dos instrumentos: una entrevista a profundidad y un cuestionario que tiene dos partes: una cerrada y otra abierta.

Capítulo VII

El empleo de formatos en Radio Color

7. El empleo de formatos en Radio Color

En este capítulo hacemos una presentación de la sistematización y análisis de la información obtenida, a través de nuestras herramientas, sobre el empleo de formatos radiofónicos que realizó Radio Color en el periodo estudiado y con base en el criterio en el modelo de estructuración de géneros y formatos que se diseñó.

7.1. Empleo de formatos periodísticos

Dado el modelo diseñado para observar el empleo de formatos, vemos que en el caso de los formatos periodísticos existen al menos cuatro importantes grupos: los formatos información (informativos), de opinión (de opiniones), los de interpretación (interpretativos) y los de investigación (investigativos).

7.1.1. Formatos periodísticos informativos

Del análisis de los doce tipos de formatos identificados, se puede señalar que tres fueron muy utilizados: la nota, el micronoticioso y la revista informativa, otros tres se emplearon con alguna regularidad: la nota ampliada, entrevista y la semblanza, cuatro fueron poco utilizados: la crónica, cronología, el reportaje y el flash informativo y dos nunca se utilizaron: el noticioso o gran informativo y el adelanto.

Cuadro 1
Empleo de formatos periodísticos informativos

FRECUENCIA DE EMPLEO	FORMATO
MUCHO	NOTA MICRONOTICIOSO REVISTA INFORMATIVA
FRECUENTEMENTE	
MAS O MENOS	NOTA AMPLIADA ENTREVISTA SEMBLANZA
POCO	CRÓNICA CRONOLOGÍA REPORTAJE FLASH INFORMATIVO
NADA	NOTICIOSO O GRAN INFORMATIVO ADELANTO

Elaboración propia

Los que fueron recurrentemente utilizados son: la nota, el micronoticioso y la revista informativa. En el primer caso se utilizaban, la nota, se vinculaban a las fuentes políticas, económicas, sociales, políticas y en algunos casos de otra índole. Fundamentalmente su procedencia era de agencias de noticias.

En el segundo caso, los micronoticiosos, se constituyen en uno de los formatos que más se utilizó, aunque no se tiene certeza de la fecha en la que se inicia el empleo de formatos periodísticos informativos, sin embargo ya para el año 1988 se utilizaba intensivamente. El empleo era diario, cada hora y durante las 24 horas del día, cada micronoticioso contaba

con un promedio de cuatro notas de diversas fuentes: políticas, económicas, sociales y culturales, además en general se tenían notas de ámbito nacional e internacional, en este segundo grupo sobre todo de Latino América.

La revista informativa también se constituyó en otros de los formatos muy empleados, su característica fundamental era que se mezclaba con otros formatos y géneros, como los musicales. Uno de los espacios del que mayor referencia se tiene es “Corazón Americano”, esta revista era diaria y por dos horas, destaca el uso de formatos más integrales en el manejo de la información periodística.

Son tres los formatos que han tenido un uso medio: la nota ampliada, entrevista y semblanza, en el caso del primero, su utilización se la dio en general como parte de algunos programas en los que se trabajaba con un enfoque periodístico más integral. En el segundo, la entrevista, se utilizó desde la perspectiva periodística, pero con mayor incidencia en temas sociales y culturales, en la tipología de entrevistas por el número de participantes la interpersonal fue la más utilizada, seguida de la grupal y la poco usada ha sido la conferencia de prensa; en el caso de la tipología por la finalidad que persigue, la informativa y la de semblanza fueron las más utilizadas, poco menos la de preparación, en tanto que la de opinión tuvo un uso significativo sobre todo en temas sociales y de cotidianidad. Finalmente, el formato de semblanza se utilizó sobre todo para personajes vinculados al campo musical, aunque también se utilizaron para otro tipo de personajes, pero no en la dimensión del campo musical.

Los formatos que tuvieron uso, aunque poco, han sido: la crónica, cronología, reportaje y flash informativo, en el primer caso, la crónica, su uso se restringió a ámbitos sobre todo musicales, una situación similar se da en el caso de la cronología. El caso del reportaje sus horizontes temáticos fueron los socioeconómicos, sociales y culturales; en cuanto a la tipología más utilizada por su finalidad, el empleo fue similar entre el demostrativo, descriptivo, narrativo, conmovedor y de entretenimiento; el tipo, por el método utilizado, se utilizó el testimonial no así el documental. Finalmente, en el caso del flash informativo su uso se restringió a noticias de alta relevancia y ocasionalmente.

Por último, nunca se tuvo noticioso o gran informativo por que no se constituyó un departamento de noticias en los alcances tradicionales de los otros medios. Tampoco se utilizaron los adelantos que están más articulados al anterior formato por que le sirve como preámbulo.

Es necesario señalar que, si bien se manejaron formatos periodísticos informativos, no se puede dejar de mencionar, que una de sus más importante particularidades ha sido que los temas sociales o socioeconómicos y los temas culturales, sobre todo del ámbito musical, han tenido una importante relevancia en este tipo de propuesta radial.

7.1.2. Formatos periodísticos de opinión

En el caso de los formatos periodísticos de opinión al menos dos de ellos han sido ampliamente utilizados la opinión y el comentario, el sondeo de opinión se lo empleó frecuentemente y el editorial no fue utilizado.

Cuadro 2
Empleo de formatos periodísticos de opiniones

FRECUENCIA DE EMPLEO	FORMATO
MUCHO	OPINIÓN COMENTARIO
FRECUENTEMENTE	SONDEO DE OPINIÓN
MAS O MENOS	
POCO	
NADA	EDITORIAL

Elaboración propia

El formato de opinión ha sido ampliamente utilizado más desde una perspectiva de tratamiento de temas socioeconómicos y culturales (particularmente en el campo musical), el empleo fundamentalmente se dio como componente de espacios de diferentes géneros y formatos. En cuanto al comentario también ha sido utilizado ampliamente y en los mismos horizontes del anteriormente abordado, la diferencia radica en su tipología ya que el más utilizado ha sido el comentario admonitorio, en un grado menor se utilizó el retrospectivo y el previsorio, finalmente el comentario combativo no tuvo uso.

Respecto al sondeo de opinión este formato tuvo un empleo frecuente y en su generalidad estuvo inserto en programas radiales que hacían uso de varios formatos, uno de los que más se cita es el “Disco debate”, también sus principales temas se vinculaban a temas sociales y musicales.

Finalmente, es necesario señalar que en general no se reconoce el uso del formato editorial en forma explícita ya que no se tenía bajo las condiciones puras de este formato, como posición del medio en relación a temas o hechos, aunque es necesario señalar que esta posición se ponía de manifiesto con el empleo de otro tipo de mecanismos que daban cuenta de una posición de la emisora sobre hechos, temas o personas.

7.1.3. Formatos periodísticos de interpretación o interpretativos

En cuanto hace a los formatos periodísticos interpretativos se puede ver que fueron empleados los tres que se tienen en el modelo, es decir: el análisis, la crítica y la interpretación.

Cuadro 3
Empleo de formatos periodísticos interpretativos

FRECUENCIA DE EMPLEO	FORMATO
MUCHO	ANÁLISIS CRÍTICA INTERPRETACIÓN
FRECUENTEMENTE	
MAS O MENOS	
POCO	
NADA	

Elaboración propia

El análisis fue un formato que se empleó mucho para abordar diversos temas fundamentalmente de corte social entre ellos se recuerdan temas como la violencia familiar, violencia infantil, el machismo, el desarrollo humano, los derechos humanos, las tradiciones y una cantidad muy amplia de temas, muchos de estos temas han tenido ciclos largos de incluso años abordándolos desde diversas perspectivas y con diversos actores involucrados en los mismos, es importante señalar que el uso de este formato se realizó tanto en forma pura y en forma mixta o mezclada junto a otros géneros y formatos. La crítica fue otro formato ampliamente utilizado y casi en las mismas condiciones del anterior, lo que es necesario poner de manifiesto es que en este caso se recurrieron a especialistas y entendidos, su utilización también se dio tanto en su forma pura como en mixta o mezclada, además tuvo adicionalmente como temática el campo musical. En el caso del formato de interpretación fue de mucho uso, debemos señalar que su empleo se la realizó sobre todo en los marcos de temas sociales y ámbitos musicales.

7.1.4. Formatos periodísticos de investigación

La situación es clara en este tipo de formatos, su empleo ha sido muy limitado en la mejor de las situaciones se llegó a poco uso en el caso del formato periodístico investigativo experimental, en este tipo de formato su temática fue al igual que en otros casos sobre todo de corte social. En el caso del de destape no se lo utilizó.

7.2. Empleo de formatos dramatizados

Existen tres tipologías definidas operacionalmente para el abordaje de este tipo de formatos: los teatrales y/o actuados, los narrados y/o relatados y los combinados o mixtos.

7.2.1. Empleo de formatos teatralizados y/o actuados

El balance de estos géneros nos muestra que la mayoría no han sido empleados radionovelas, series, monólogos, diálogos y sketches, los que más fueron empleados son el radioteatro y las personificaciones, por otro lado las fábulas y los cómicos fueron frecuentemente empleados y tuvo poco uso el sociodrama.

Cuadro 4
Empleo de formatos teatralizados y/o actuados

FRECUENCIA DE EMPLEO	FORMATO
MUCHO	RADIOTEATRO PERSONIFICACIONES
FRECUENTEMENTE	FÁBULAS
MAS O MENOS	CÓMICOS
POCO	SOCIODRAMAS
NADA	RADIONOVELA SERIES MONÓLOGOS DIÁLOGOS SKETCHES

Elaboración propia

El radioteatro ha sido uno de los formatos más empleados sobre todo de producción externa y en la mayoría de los casos se los utilizaba como parte de un programa o en otros géneros y con otros formatos, sus temáticas eran variadas pero por sobre todo del ámbito social y con fuertes matices culturales regionales para conocer realidades de Latinoamérica. Las personificaciones también tuvieron un alto empleo al igual que en el caso anterior, lo que se puede destacar de ello es que se producían como soportes de programas, también tuvo un uso intensivo en programas infantiles.

La fábula tuvo un empleo frecuente y sobre todo vinculado a sectores infantiles (programas infantiles) y en su generalidad la producción era externa al país.

Los cómicos están entre los formatos que se utilizó en un nivel medio, este formato también formaba parte de programas y se tenían especiales del mismo, la producción que se utilizaba generalmente tenía procedencia externa.

Respecto al sociodrama, se lo utilizó poco, sobre todo con él se trataba de mostrar la cotidianidad social y realidades culturales de la región Latinoamericana, su producción al igual que la mayoría de estos formatos era externa.

7.2.2. Empleo de formatos narrados y/o relatados

Entre los formatos narrados y/o relatados que tuvo mucho empleo están los cuentos y los chistes, los formatos que tuvieron poco empleo son las leyendas, tradiciones, mitos, relatos históricos.

Cuadro 5
Empleo de formatos narrados y/o relatados

FRECUENCIA DE EMPLEO	FORMATO
MUCHO	CUENTOS CHISTES
FRECUENTEMENTE	
MAS O MENOS	
POCO	LEYENDAS TRADICIONES MITOS RELATOS HISTÓRICOS
NADA	PARÁBOLA

Elaboración propia

Los cuentos fueron formatos que mucho se emplearon y en general fueron direccionados a programas infantiles y sus respectivos públicos, en general formaban parte de otros géneros y también se los empleaba junto a otros formatos. Por otro lado también el formato chiste fue de amplio uso, era por lo general articulado a otros tipos de formatos y otros géneros y su procedencia solía tener como vertiente de producción la externa.

La mayor parte de los formatos narrados y/o relatados, leyendas, tradiciones, mitos y relatos históricos, han sido poco empleados, restringiéndose su uso a algunos programas con la utilización de otros géneros y formatos radiofónicos, los temas ha sido en general

vinculados a lo regional Latinoamericano y en algunos casos a temas infantiles para programas destinados a ese público.

7.2.3. Empleo de formatos mixtos y/o combinados

En la realidad práctica y objetiva de la producción radiofónica, de Radio Color, y en general de cualquier medio radial, lo evidente es que se utilizan los formatos combinados y/o mixtos, es decir, formas que son la unión de otros o en su caso la mezcla o composición de formatos diferentes, para nuestro caso son uniones de formatos teatralizados y/o actuados con formatos narrados y/o relatados. En caso de estos formatos en nuestro objeto de estudio se encontró que se utilizaron diversas mezclas o composiciones, aunque no se hace una explicitación, sin embargo, sí se admite que estos formatos mixtos y/o combinados tuvieron un empleo en diferentes escalas.

7.3. Empleo de formatos de variedades y misceláneas

Estos formatos en su generalidad fueron empleados en la producción radiofónica de Radio Color, se puede resumir señalando que los que se utilizaron mucho fueron la las revistas y las participaciones, en un grado menor estuvo los shows y los espectáculos su frecuencia fue frecuente, finalmente las transmisiones se realizaron poco.

Cuadro 6
Empleo de formatos de variedades y/o misceláneas

FRECUENCIA DE EMPLEO	FORMATO
MUCHO	REVISTAS PARTICIPACIÓN
FRECUENTEMENTE	SHOWS Y/ ESPECTACULOS
MÁS O MENOS	
POCO	TRANSMISIONES
NADA	

Elaboración propia

La revista fue uno de los formatos de mayor uso en Radio Color, las mismas se vinculaban al tratamiento de diferentes temas y en su gran mayoría eran en vivo y mixtas, es decir, en vivo con partes grabadas, naturalmente que se mantenía el sentido de su enorme versatilidad en el uso de diferentes formatos y géneros. Se podría señalar que en la tipología por público al que se dirigía se utilizaron los infantiles, juveniles, femeninas, trabajadoras del hogar, en el caso de las revistas especializadas se utilizaron sobre todo las informativas y musicales, en la tipología de revistas por tiempo de duración se utilizaron las de mediana duración y las compactas, finalmente en las revistas por su periodicidad se emplearon las diarias y semanales. Como se puede ver este formato y sus diversas tipologías han sido ampliamente empleados en Radio Color.

Los formatos participativos también han sido de gran uso, aquí se apunta que esta estación radial se constituye en la FM de la época, que implementó los programas participativos por primera vez en las ciudad de La Paz y con ello en el país. Los formatos de participación de audiencia han sido de los más variados, pasando desde su participación para abordar temas

sociales, cotidianos, musicales, llegando incluso a programas de juegos. Además esta participación era tanto individual como colectiva (familias a las que dirigían programas), se rescata también que la participación era presencial y no presencial. Pero también se puede dar cuenta de algunos formatos participativos específicos, por ejemplo en el caso de los participativos de concursos se utilizó los tres tipos, los de competencia (el mejor gana) se recuerda un programa como “Aviva tu mente” que habría tenido mucho éxito, también se recuerda un programa asociado fuertemente a formatos musicales pero de concurso “La fama no se echa en cama” con mucha participación y éxito era un concurso de canto, otro formato de concurso muy utilizado fue el de azar (la suerte hace que ganen), también se usó los de participación (por participar se gana), el tipo de debate o de opinión, marcado por la polémica, la discusión y controversia, también fueron formatos altamente utilizados, sobre todo, para el tratamiento de temas sociales y musicales.

En relación a los formatos de show y espectáculos se advierte un uso frecuente, este tipo de producción radial se realizaba sobre todo para actividades grandes y vinculadas a fechas especiales o a temas trascendentales.

7.4. Empleos de formatos musicales

En general los formatos musicales se los puede ver, desde el modelo desarrollado para la investigación, a partir de cinco opciones, estas son: los formatos musicales instrumentales y/o vocales, los por ritmo, melodías y armonía, los formatos musicales por época, los por procedencia geográfica o cultural y por último los formatos por idioma utilizado.

En el primer caso, los formatos musicales vocales y/o instrumentales, la información obtenida nos da cuenta que en Radio Color se privilegió fundamentalmente el ámbito vocal, se podría decir que en un 98%, quedando una pequeña apertura a lo instrumental. Su uso se dio en la generalidad de los formatos.

Respecto a su variante por ritmos, melodías y armonías, se puede señalar que su utilización ha sido muy intensa y con una variedad sorprendente ya que se utilizaban ritmos vinculados a regiones y culturas sobre todo del país, de Latinoamérica, aunque también de otras latitudes, se pueden nombrar varios ritmos como salsa, candombe, landó, vallenato, merengue, litoraleña, gato, cueca, etc. etc. etc.

En cuanto hace a la época también es necesario señalar que no hubo restricciones, por cuanto su empleo fue amplio y se realizó un basto barrido a la música llamada del recuerdo y la actual, además en los distintos ámbitos tanto nacional y latinoamericano.

Respecto a la procedencia se puede indicar que la definición de objetivos marcó con claridad que tipo de música se debía utilizar, la privilegiada era la música en español, la música nacional y la música latinoamericana, un ejemplo de ello es el programa “Corazón Americano”, “Sentimiento gaucho” con música de la Argentina, etc.

En el caso del idioma, la definición que se tomó en este aspecto fue muy clara, porque se optó por el español como el dominante, frente a una fuerte ola de música cantada en inglés, sin embargo, esto no significa que existiera apertura a otros idiomas; se cita claramente al

portugués, se utilizó bastante música cantada en este idioma e incluso se hizo programas especiales a este tipo de música, también se utilizó el francés con un programa con música francesa, se puede mencionar el italiano y espacios especiales dedicados a conocer otras partes del mundo con música de esos países y regiones como las asiáticas, africanas, europeas y otras. Por supuesto también las lenguas nativas porque se utilizaba música en aymara, quechua y otros.

Los formatos musicales tipologizados en el modelo diseñado para nuestra investigación, han sido ampliamente utilizados, los que se tuvieron un nivel menor de empleo son: la historia musical y el festival, la razón para ello es que estos formatos se utilizaban para situaciones especiales, es decir, para fechas trascendentales o singulares.

Cuadro 7
Empleo de formatos musicales vocales y/o instrumentales

FRECUENCIA DE EMPLEO	VARIANTES	FORMATO
MUCHO	VOCAL Y/O INSTRUMENTAL RITMO, MELODÍA Y ARMONÍA ÉPOCA PROCEDENCIA GEOGRÁFICACULTURAL IDIOMA UTILIZADO	RADIO REVISTA MUSICAL ESTRENOS MUSICA DEL RECUERDO PROGRAMAS ESPECIALIZADOS PEDIDO, COMPLACENCIAS INVITADO ESPECIAL FRENTE A FRENTE RANKING ÉXITOS DISCO DEBATE PROGRAMAS DE UN SÓLO RITMO RECITALES
FRECUENTEMENTE		HISTORIAS MUSICAL FESTIVALES
MAS O MENOS		
POCO		
NADA		

Elaboración propia

Comenzamos señalando que el formato radio revista se utilizó mucho, por cuanto la mayor parte de la producción radial de Radio Color, en sus diferentes programas utilizaba este formato por su versatilidad para emplear otros géneros y formatos. Existió radio revistas musicales de las más variadas y en diferentes horarios, con diferentes frecuencias y en una amplia gama de temáticas y respondiendo a diferentes objetivos. Se producían revistas infantiles, juveniles, para público adulto, personas de la tercera edad, femeninas.

El formato de estrenos musicales fue otro de mucho empleo en Radio Color, tal es que se constituían espacios con esa peculiaridad, se distribuían a los largo de su programación y se da cuanta de al menos uno con un espacio como estelar llamado “A todo Color” cuyo rasgo fundamental eran los estrenos. Se apunta también como un factor importante que se realizaban significativos gastos en la adquisición de material discográfico fuera del país y en el propio país a fin de contar con material fresco en diferentes tipos de ritmos, melodías, procedencia e incluso idiomas, pero además se rompió dependencias de empresas discográficas internas, pero también se adquirían materiales que no eran de producción nueva pero no existía en Bolivia. Este formato de estrenos, según sus protagonistas, tuvo en Radio Color entre sus máximas fortalezas y aciertos.

En cuanto a la música del recuerdo se da cuenta del gran empleo del que fue objeto, según se informa habría sido la llave para conseguir mucha audiencia, su uso no fue restringido y por el contrario se dio amplia apertura, es más, se destinaron recursos a adquisiciones de materiales musicales del recuerdo y su gama fue variada en ritmos, épocas y procedencia. Se utilizó la sugerencia para estas canciones, es decir, se recibían llamados telefónicos, cartas u otras formas para que la audiencia programe estas canciones.

El formato musical vocal especializado fue otro de los que tuvo un elevado nivel de empleo, también aquí radicaría otra de las grandes fortalezas de la propuesta de Radio Color porque con mucho tino abrió un amplio horizonte a programas especializados musicablemente, se da cuenta de algunos programas por ejemplo en la música boliviana “Concierto Boliviano” o Bolivia Fecunda”, música Latinoamérica “Corazón Americano”, la música salsa “Viva la Salsa”, en rock Latino “Tiempo de Viejos Amigos”, música de la Argentina “Sentimiento Gaucho” y muchos otros. Los objetivos naturalmente eran diversos, pero se enmarcaban siempre en los objetivos de la emisora, también los públicos destinatarios eran variados. Además estos programas utilizaban otros formatos de refuerzo.

En cuanto al formato de pedido y complacencias, que fue otro de los que mucho se empleó, se señala que se constituyó en un gran acierto, ya que hasta entonces las FM’s trabajaban con formatos donde no se contemplaba la participación de los oyentes, fue Radio Color la que decide romper ese esquema e inicia su trabajo con una enorme participación de la gente, una de las formas fue este formato el de los pedidos y complacencias que se daban a través de diferentes mecanismos, sobre todo vía telefónica y también a través de cartas. En general el objetivo era que la audiencia muestre sus gustos y seleccione su música a través de su participación. Se recuerda un detalle que era con la participación de los oyentes, estos pedían su canción e inmediatamente se la ponía, este detalle les permitió ganar mucha audiencia.

En el caso del formato de invitado especial, que fue también de amplio uso, se puede destacar algunos aspectos como que se producían programas en una amplia variedad de artistas tanto solistas, dúos, grupos y otros, además de diferentes ritmos, épocas y de diferentes latitudes sobre todo latinoamericanos. Se programaba en distintos horarios, con diferentes periodicidades y frecuencias, se destinaba a todo tipo de público (a público en general), pero también en solía definirse público destinatario para algunos casos. Se utilizaron en sus dos modalidades el especial narrado y armado.

El frente a frente, también llamado mano a mano, tuvo mucho empleo y éxito, se utilizó en sus cuatro tipos: canción contra canción, bloque de canciones contra bloque de canciones, el frente a frente en género y el frente a frente generacional, se empleo sobre todo en música vinculada más a la llamada latina, aunque no fue estrictamente a ello, por que se utilizó considerando diferentes aspectos como épocas, ritmos, procedencias e incluso idiomas.

El formato ranking o los éxitos se utilizó prácticamente desde el nacimiento de la emisora, al margen de su amplio empleo, uno de los aspectos que más se destaca es que tuvo la singularidad de incorporar una gama amplia de ritmos, épocas, procedencia e incluso idioma, cosa impensada hasta entonces por cuanto los esquemas establecidos señalaban que se tenían que incorporar en estos formatos, sólo canciones nuevas y de determinadas

características y en estricta sujeción a las pautas de las disqueras, este aspecto también fue cambiado por Radio Color, porque comenzó a manejar criterios de distinto tipo para la elaboración de sus ranking o éxitos. Canciones que nunca se había imaginado que podrían llegar al éxito en los alcances de los esquemas establecidos figuraron como predilectas de la audiencia. Se apunta también que durante buenos años la lista de los más escuchados en Radio Color se publicaba como las canciones más escuchadas en Bolivia en el periódico “Clarín de Buenos Aires”. La fuente mediante las cuales se seleccionaban las canciones y se definían sus ubicaciones tenía una multiplicidad de mecanismos como los pedidos, la aceptación en los programas, la sugerencia de la audiencia, los criterios del equipo de Radio Color y el apoyo en espacios habilitados.

El disco debate, fue uno más de los formatos que se utilizó mucho, se da cuenta que se incorporó un programa con ese nombre “disco Debate de Radio Color” y se articuló a un medio escritos “Presencia Juvenil” se constituyó en un espacio de amplia discusión con diversos criterio sobre los temas planteados a partir de una canción, este formato utilizó también otros géneros y formatos radiales y su difusión paso incluso del ámbito local (La Paz y El Alto), era dirigido a público en general y analizaba diversos temas de corte social. Los formatos de un sólo ritmo también tuvieron amplio uso, se recuerdan por ejemplo programas dedicados al rock en español, a la salsa, baladas, boleros y otros, sus destinatarios en muchos casos eran audiencias vinculadas a estos ritmos.

Los recitales, se los trabajó en sus variantes armados o en vivo, en el primer caso se lo hacía con algún álbum, por otro lado se producían materiales con las mejores canciones y podían ser de un sólo intérpretes o de un grupo o de varios intérpretes o de varios grupos. Se utilizaban diversos ritmos, de diferentes épocas y de diferentes procedencias regionales y naturalmente de otros idiomas. En la variante en vivo el criterio fue similar, aunque se restringía a artistas nacionales y a situaciones especiales.

Otros dos formatos que se utilizaron con menor intensidad fueron, la historia musical y los festivales. En el primer caso se utilizaron como formato complementario o instrumental a otros, en el segundo caso, los festivales, se emplearon sobre todo en grandes acontecimientos como aniversarios y fechas importantes y de alto impacto, también con algún propósito asociados a los objetivos de Radio Color. Se da cuenta de algún evento que musicalmente articulado al festival y al formato de concurso tuvo mucho éxito, el programa se llamó “La fama no se echa en cama” que concluyó con un festival en homenaje a un año más de Radio Color, también se recuerda los festivales de la salsa, mostrando así que se trabajaron en festivales de ritmos.

7.5. Empleo de formatos de corta duración

Son de tres tipos: los teatralizados y/o actuados, los narrados y/o relatados y los combinados o mixtos; en los tres casos pueden darse en cuñas o microprogramas.

7.5.1. Empleo de formatos de corta duración de tipo cuñas

Fueron: la publicidad, las identificaciones, características y avances los formatos que más se utilizaron dentro de los de corta duración en su versión cuñas, de frecuente empleo han sido: la propaganda y las transiciones, los pocos usados los comunicados, necrológicos y citas, se podría decir que excepcionalmente empleados, por último los no utilizados han sido los avisos.

Cuadro 8
Empleo de formatos de corta duración de tipo cuñas

FRECUENCIA DE EMPLEO	FORMATO
MUCHO	PUBLICIDAD IDENTIFICACIONES CARACTERÍSTICAS AVANCES
FRECUENTEMENTE	PROPAGANDA TRANSICIONES
MAS O MENOS	
POCO	COMUNICADOS NECROLÓGICOS CITACIONES
NADA	AVISOS

Elaboración propia

La publicidad ha sido ampliamente utilizada en sus tipos diversos tipos: actuados, narrados, musicalizados, testimoniales y combinados o mixtos, también se señalaba que se utilizaron los cantados, sus contenidos fueron diversos y su producción se realizó en forma interna, pero también se utilizaron los producidos en el exterior, en estos últimos sólo se procedía a su difusión. Sus destinatarios también fueron diversos, dependiendo a quienes iban dirigidos y quienes eran los contratantes.

Otro formato que mucho se empleó fue el de identificaciones, tanto de la emisora, como de programas, pues uno de los aspectos que distinguió a Radio Color fue que su propuesta radiofónica era diferente al de las radios en FM del momento, que parecía que eran un sólo programa durante su emisión, en cambio FM 101 tenía programas durante toda su programación y cada uno de ellos contaba con identificaciones y estas eran del tipo actuado, narrado, musicalizado, testimonial y mixto a ello se debe sumar identificaciones cantadas, se destaca mucho que las identificaciones eran altamente creativas y con ello dieron paso a un estilo que algunas radios luego las utilizaron tanto, que se convirtió en su estilo.

La propuesta radiofónica de Radio Color implicaba una estructura basada en programas, por ello cada programa o espacio tenía su propia característica, esta es una de las razones por las que se empleó ampliamente este formato de las características, sus tipos fueron tanto actuados, narrados, musicalizados, testimoniales y mixtos. Las temáticas eran concurrentes con los objetivos y elementos de cada programa.

Posiblemente uno de los rasgos más interesantes que tuvo la producción radiofónica de Radio Color, fue su capacidad de promocionar sus programas, espacios y materiales de diverso tipo a través de los avances, estos se realizaron en sus versiones de diferentes tipos. Los temas han sido de los más variados y se adecuaban a los diferentes objetivos y

públicos. Un otro aspecto que se pone de manifiesto es la enorme creatividad que se utilizó en los avances.

En el caso de las propagandas, estas también han sido utilizadas frecuentemente en sus versiones actuadas, narradas y mixtas, dependía básicamente de los contratantes, en general se vinculaban a momentos electorales y para promocionar gestiones gubernamentales o de autoridades. Es necesario mencionar que Radio Color prestaba estos servicios de difusión de propagandas, publicidades y otros servicios más, por que debía generar recursos para costear sus gastos de funcionamiento. Las transiciones tuvieron un uso frecuente en programas, se utilizaron todos sus tipos.

Entre los formatos con poco uso, sin que se dé mayor explicación, están los formatos comunicados necrológicos y citaciones. Por último los avisos no se utilizaron, o si se lo hizo fue en forma extraordinaria.

7.5.2. Empleo de formatos de corta duración de tipo microprogramas

Tres de estos formatos han sido empleados intensamente los microprogramas, cápsulas y vox pópuli, en algunas ocasiones, flash.

Cuadro 9

Empleo de formatos de corta duración de tipo microprogramas

FRECUENCIA DE EMPLEO	FORMATO
MUCHO	MICROPROGRAMAS CÁPSULAS VOX POPULI
FRECUENTEMENTE	
MAS O MENOS	FLASH
POCO	
NADA	

Elaboración propia

Los microprogramas se utilizaron intensamente, han sido de variada temática, además fueron empleados en forma independiente o como parte de otros formatos y géneros. Se destaca que a través de ellos se trabajaba por cumplir labor de servicio, como farmacias de turno, estado de los caminos, consejos a padres y la familia en general, consejos prácticos para el hogar y muchos otros aspectos.

En el caso de las cápsulas, también tuvieron mucho empleo, en este formato se trabajaban diferentes temas en los marcos de los objetivos y lo que llamaban la filosofía de la radio. También destaca el uso para aspectos musicales.

El Vox pópuli también fue un formato muy utilizado, se recuerda como se empleó en un programa en especial “El disco debate”, para el cual se armaba este formato con recurrencia, se da cuenta que en general su uso se vinculaba a temas de corte social. Pero también para otros espacios vinculados sobre todo para tópicos musicales.

El flash no tuvo un uso intenso y estaba en función del panorama noticioso y si ameritaba su empleo.

7.6. Empleo de formatos de mediana duración

Los formatos de mediana duración han sido más o menos empleados y sobre todo en su versión narrado y/o relatados y combinados, se destacan entre los más o menos empleados: el dialogo, mesa redonda o panel, debate y charla. Entre los poco empleados están entrevistas a profundidad, tertulia y polémica. Es necesario aclarar que, su empleo fue también pionero en la FM en La Paz, por otro lado, los temas que formaban parte de estos formatos eran vinculados al ámbito social, derechos humanos, violencia, desarrollo humano, musicales, culturales, etc. enmarcados en lo que llamaban los miembros de Radio Color la filosofía y los objetivos de la radio.

Cuadro 10
Empleo de formatos de mediana duración

FRECUENCIA DE EMPLEO	FORMATO
MUCHO	
FRECUENTEMENTE	
MAS O MENOS	DIALOGO MESA REDONDA O PANEL DEBATE CHARLA
POCO	ENTREVISTA A PROFUNDIDAD TERTULIA POLÉMICA
NADA	

Elaboración propia

7.7. Empleo de formatos de larga duración

Los formatos de larga duración fueron empleados intensamente, se destacan los dialogados, mesa redonda o panel, entrevistas a profundidad, debate, polémica, charla, tertulia. Se puede dejar también establecido que, Radio Color, apertura el empleo de estos formatos en la Frecuencia Modulada de la ciudad de La Paz, ya que hasta entonces estos parecían sólo ser de empleo exclusivo de la Amplitud Modulada. Los temas abordados discurren en los ejes de los formatos del párrafo anterior.

Cuadro 11
Empleo de formatos de larga duración

FRECUENCIA DE EMPLEO	FORMATO
MUCHO	DIÁLOGOS MESA REDONDA O PANEL ENTREVISTA A PROFUNDIDAD DEBATE POLÉMICA CHARLA TERTULIA
FRECUENTEMENTE	
MAS O MENOS	
POCO	
NADA	

Elaboración propia

Comencemos por los formatos dialogados, en sus dos versiones, consultorio y didáctico, han sido muy empleados. Se abordaban diversos temas de interés general, sobre todo del ámbito social, cultural y de la cotidianidad con temas como: derechos humanos, desarrollo humano, violencia, equidad, salud, temas psicológicos y muchos otros, también se incluyen temáticas musicales.

Los formatos largos de mesa redonda, también fueron muy empleados en Radio Color, en estos espacios, que también se vinculaban a temas variados, como los mencionados en el anterior formato, con la variante, de que las perspectivas ya eran diferentes y a partir de protagonistas con otras visiones de los mismos temas.

La entrevista a profundidad, ha sido también de mucho empleo, se destaca en esta, sobre todo el campo musical, donde habría sido ampliamente utilizado, esto no significa que en el tratamiento de otros temas no se haya empleado, por el contrario, también se lo hizo extensivamente, pero fue el musical, el que se empleó con intensidad.

El formato de debate, fue otro de los que mucho se emplearon, la confrontación de posiciones e ideas, la discusión y controversia, la argumentación y otros aspectos más hicieron rico el tratamiento de los tan diversos temas, ya antes mencionados. Una situación similar se plantea con la polémica, aunque claro está, su diferencia está en la refutación argumental de posiciones.

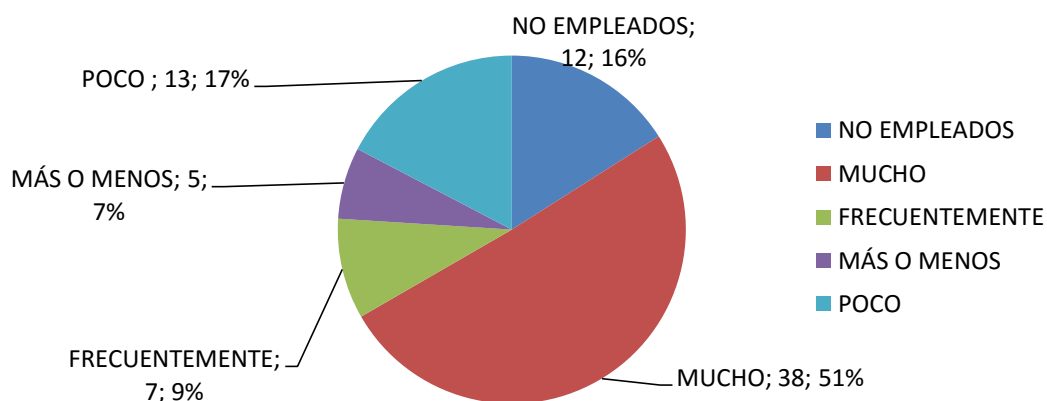
La charla ha sido un formato de mucho empleo, según se da cuenta el más cómodo para abordar los temas que hacían a la agenda de este medio de comunicación radial, fundamentalmente por su característica coloquial y por la presencia de especialistas y entendidos en los diversos temas, entre ellos, relacionados al desarrollo humano, violencia, equidad, salud, temas psicológicos, medio ambientales, cotidianidad, musicales y muchos otros. Una situación similar a las charlas, se dieron con las tertulias, respetando sus diferencias.

7.8 Balance general del empleo de formatos en Radio Color

Con base en lo presentado y analizado hacemos una evaluación cuantitativa, se puede señalar que de los 75 formatos planteados en el modelo, Radio Color empleó 63, significando el 84%, los no empleados alcanzan a 12 y son el 16%. Los de mucho empleo llegan a 38, significan el 51%, los de frecuente empleo alcanzan a 7 representando el 9%, los de empleo más o menos son 5 alcanzan solamente al 7% del total. Finalmente los de poco empleo son 13 y representan el 17%. Ver Gráfico 1.

Gráfico 1

EMPLEO DE FORMATOS RADIOFÓNICOS EN RADIO COLOR



El resumen del empleo de formatos radiofónico se lo presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro 12
Balance general del empleo de formatos en Radio Color

FORMATO	FRECUENCIA DE EMPLEO
NOTA MICRONOTICIOSO REVISTA INFORMATIVA OPINIÓN COMENTARIO ANÁLISIS CRÍTICA INTERPRETACIÓN RADIO TEATROS PERSONIFICACIONES CUENTOS CHISTES REVISTAS PARTICIPACIÓN RADIO REVISTAMUSICAL ESTRENOS MÚSICA DEL RECUERDO PROGRAMAS ESPECIALIZA. PEDIDOS COMPLACENCIAS INVITADO ESPECIAL FRENTE A FRENTE RANKING DISCO DEBATE RECITALES PUBLICIDAD IDENTIFICACIONES CARACTERÍSTICAS AVANCES MICROPROGRAMAS CÁPSULAS VOXPÓPULI DIÁLOGO MESA REDONDA ENTREVISTA A PROFUNDIDA DEBATE POLÉMICA CHARLA TERTULIA	MUCHO
SONDEO DE OPINIÓN FÁBULAS SHOW O ESPECTÁCULOS FESTIVALES HISTORIA MUSICAL PROPAGANDA TRANSICIONES	FRECUENTEMENTE
NOTA AMPLIADA ENTREVISTA	MÁS O MENOS

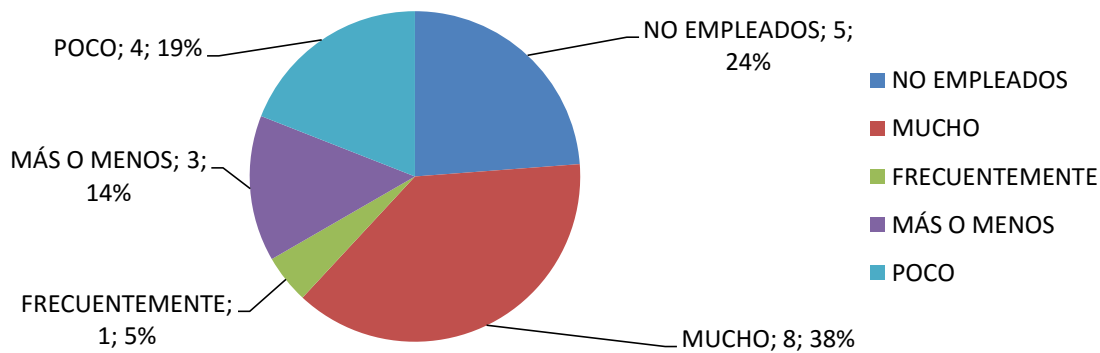
SEMBLANZA CÓMICOS FLASH	
CRÓNICA CRONOLOGÍA REPORTAJE FLASH INFORMATIVO SOCIODRAMA MITOS LEYENDAS TRADICIONES RELATOS HISTÓRICO TRANSMISIONES COMUNICADOS NECROLÓGICOS CITACIONES	POCO
ADELANTO NOTICIOSO O GRAN INFORMATIVO EDITORIAL DESTAPE EXPERIMENTAL RADIONOVELAS SERIES SKETCHES DIÁLOGOS MONÓLOGOS PARÁBOLAS AVISOS	NO EMPLEADOS

Elaboración propia

En los formatos periodísticos, de los 21 planteados se emplearon 16 (76%) y 5 (24%) no se usaron, de estos 16 de mucho empleo fueron 8, de frecuente empleo 1, de regular empleo 3 y de poco empleo 4. Ver Gráfico 2.

Gráfico 2

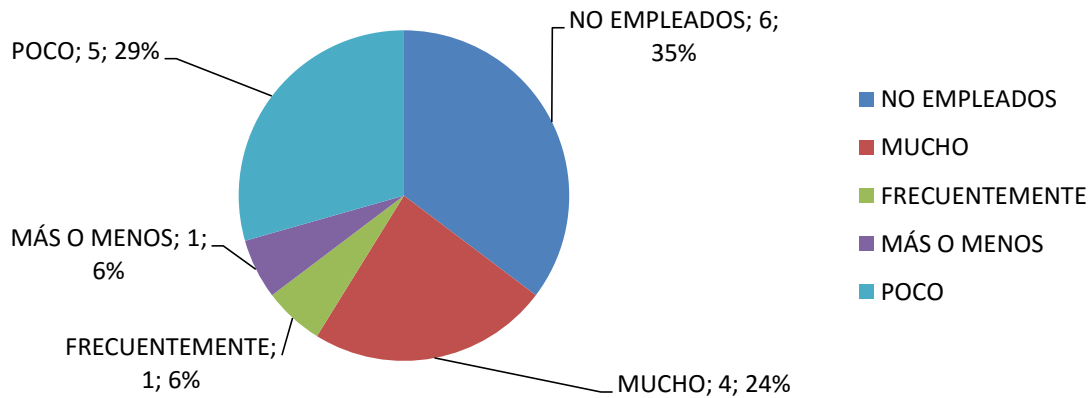
Empleo de formatos periodísticos en Radio Color



En el caso de los formatos dramatizados se plantearon 17, de estos se emplearon 11 (65%) y 6 (35%) no. de mucho empleo fueron 4, de frecuente empleo 1, de más o menos fue 1 y de poco 5. Ver Gráfico 3.

Cuadro 3

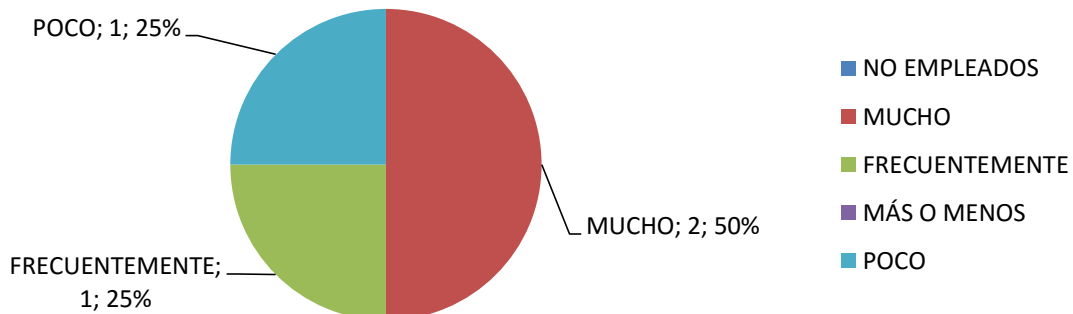
Empleo de formatos dramatizados en Radio Color



En el caso de los formatos de variedades y misceláneas, fueron planteados 4 formatos, todos empleados, 2 de mucho empleo, 1 de frecuente y 1 de poco. Ver Gráfico 4.

Gráfico 4

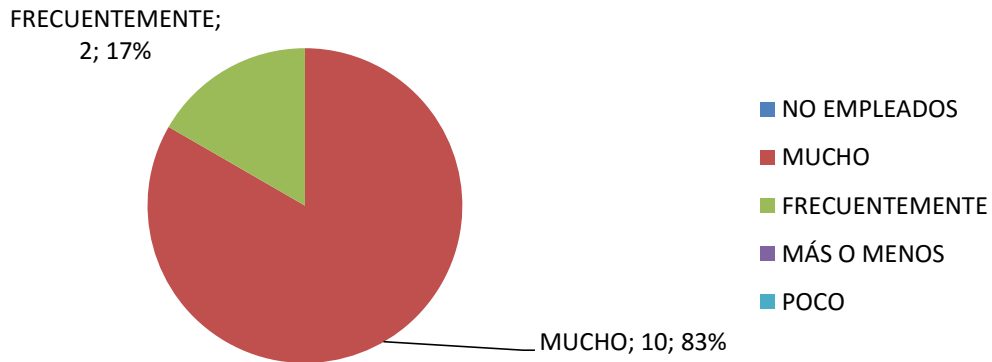
Empleo de formatos de variedades y misceláneas en Radio Color



En el caso de los formatos musicales, se plantearon 12 y todos fueron empleados, el 100%, solamente dos de ellos se los empleó frecuentemente, el resto fue de mucho empleo. Ver Gráfico 5.

Gráfico 5

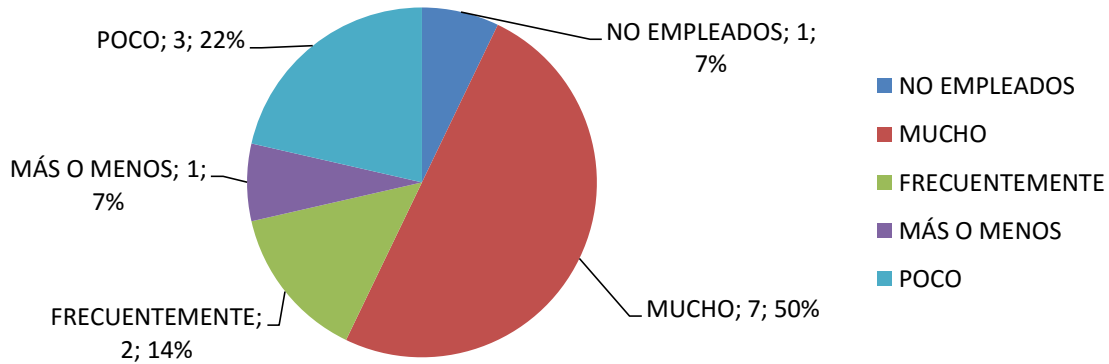
Empleo de formatos musicales en Radio Color



En cuanto a los formatos de corta duración, se plantearon en el modelo, 14 formatos y se emplearon 13, solamente 1 no fue empleado. De los 13, 7 tuvieron mucho empleo, 2 se emplearon frecuentemente, un uso regular sólo 1 formato y poco empleo tuvieron 3. Ver Gráfico 6.

Gráfico 6

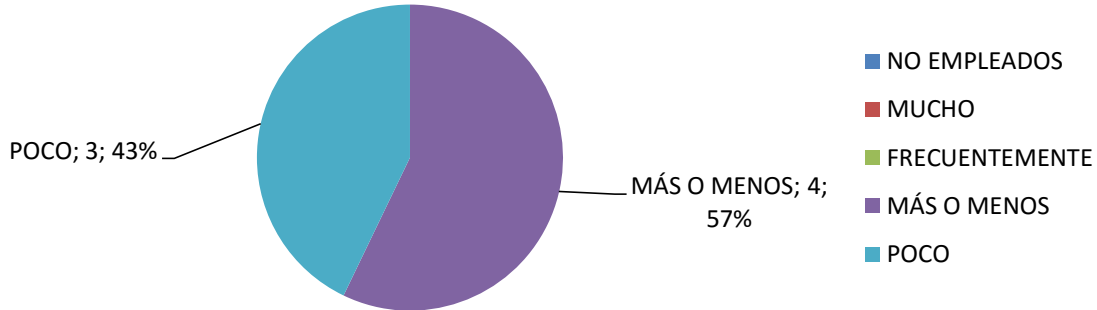
Empleo de formatos de corta duración en Radio Color



Entre los formatos empleados de mediano plazo se observa que de los planteados, que en general son los narrados, se emplearon los 7 (el 100%), aunque los más o menos empleados son 4 (57%) más y los de poco empleo son 3 (43%). Ver Gráfico 7.

Gráfico 7.

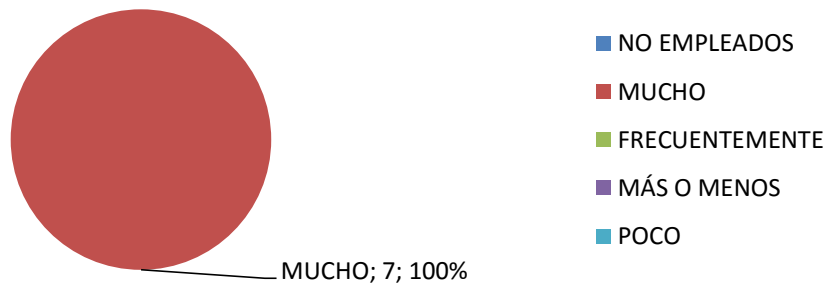
Empleo de formatos de mediana duración en Radio Color



Finalmente en el empleo de formatos de larga duración se verifican un resultado que llama la atención, por que de 7 formatos planteados en el modelo, el 100% fue empleado y en la categoría de “mucho”. Ver Gráfico 8.

Gráfico 8

Empleo de formatos de larga duración en Radio Color



De todo lo observado se puede percibir fácilmente que los formatos musicales, variedades y misceláneas y los de larga y mediana duración fueron empleados en un 100%, les siguen los formatos de corta duración que fueron empleados en un 93%, posteriormente los formatos periodísticos con el 76% y finalmente los dramatizados que se emplearon en un 65%.

Capítulo VIII
Empleo de géneros en
Radio Color

8. Empleo de géneros radiofónicos en Radio Color

El modelo diseñado para la investigación presenta cuatro tipos de géneros, los aspectos teóricos de los mismos nos han dado importantes elementos para encarar la obtención de información, pues a partir de la obtenida se puede presentar esta información partiendo por los géneros de acuerdo al modo de producción del mensaje, luego según la intencionalidad del emisor, sigue con la segmentación de destinatarios para cerrar con los géneros por tiempo de duración.

8.1. Empleo de géneros por modo de producción del mensaje

Existen al menos cuatro géneros en los cuales existe un cuasi consenso teórico, ellos son los periodísticos, dramatizados, variedades y/o misceláneas y los musicales.

8.1.1. Empleo de géneros periodísticos

En general la información obtenida nos da cuanta que Radio Color utilizó los tres géneros periodísticos más importantes el informativo, de opinión y de interpretación, quedó sin uso, o empleo poco trascendental, el investigativo.

Cuadro 13
Empleo del género periodístico

FRECUENCIA DE EMPLEO	GÉNERO
MUCHO	INFORMATIVO INTERPRETACIÓN
FRECUENTEMENTE	OPINIÓN
MÁS O MENOS	
POCO	
NADA	INVESTIGACIÓN

Elaboración propia

El género periodístico informativo, sin dudas ha sido el más empleado en Radio Color, se destacar entre los aspectos indagados que el estilo de manejo de este género tuvo sus singularidades, por que no estuvo en los alcances de la producción radial de la época, no se tenía un departamento de prensa constituido orgánicamente y por ello no se contó con una sala de redacción en los alcances tradicionales y la propia producción de noticias no era la organizativamente trabajada, la cobertura periodística informativa no se enmarcaba en los esquemas habituales con la presencia de reporteros en fuentes y con la distribución de fuentes, en todo caso, sus fuentes de información era básicamente agencias de noticias. La información era considerada un servicio y este se lo prestaba las 24 horas, lo llamativo es que se trabajaba con información nacional e internacional, haciendo énfasis en la latinoamericana. Su esquema no distaba mucho en cuanto a los temas políticos, sociales, económicos y culturales.

En el caso del género periodismo interpretativo, Radio Color lo utilizó intensivamente, pero también en ésta práctica se tuvo un estilo y singularidad respecto a los moldes tradicionales

desarrollados en el periodo de estudio, es decir que en la época la interpretación se circunscribía a los aspectos políticos, económicos y sociales de la lógica noticiosa periodística del momento, en la mayor parte coyunturales. En el manejo de este género FM 101 más bien constituía espacios de periodismo interpretativo vinculados a temas de corte sobre todo social y generalmente con una visión estructural sin descuidar lo coyuntural y siempre articulándolo a la cotidianidad de la gente o de su audiencia. Para desarrollar estos temas contaba casi siempre con especialistas u expertos con quienes contrastaba su conocimiento de los temas articulándolos a gente común. En la práctica periodística interpretativa se incorpora como un tema de alto valor el ámbito musical, que fue uno de los manejados con más amplia competencia por esta emisora.

Respecto al género periodístico de opinión, que fue también frecuentemente utilizado por Radio Color, llama la atención que no tomaba posición explícita sobre los diversos temas de la agenda periodística (no tenía una línea editorial), ya sea esta de temas estructurales o coyunturales, sin embargo, existían mecanismos indirectos mediante los cuales se fijaba posición; en esto puede haber influido la propiedad de este medio, que era de la Iglesia católica. Es necesario señalar que entre los temas, en los que más se hacía énfasis, era el ámbito social y cultural, al igual que en otros géneros la cotidianidad y la apertura a los criterios valorativos de su audiencia marcaron un sentido de diferencia en su práctica periodística. También destaca el campo musical como uno de los temas fecundos en la práctica de este género de opinión.

Finalmente fue incipiente, por no decir escaso, el empleo del periodismo investigativo. No se hizo un uso trascendental y lo poco que en algunos momentos se trabajó en este ámbito, se circunscribió a temas de corte social.

8.1.2. Empleo de géneros dramatizados

Son tres los géneros que propone el modelo de investigación, estos han sido utilizados, aunque no en una medida que sea de alta significación.

Cuadro 14
Empleo del género dramatizado

FRECUENCIA DE EMPLEO	GÉNERO
MUCHO	
FRECUENTEMENTE	TEATRAL Y/O ACTUADO NARRADO Y/O RELATADO COMBINADO Y/O MIXTO
MAS O MENOS	
POCO	
NADA	

Elaboración propia

Se puede señalar que si bien han sido frecuentemente utilizados, estos se han circunscrito a espacios infantiles y programas que nos vinculaban con ámbitos culturales latinoamericanos, también a temas de corte social (problemas como la violencia, los derechos humanos y otros). Por otro lado, se debe destacar que la producción de este tipo de géneros en gran parte no se la realizaba en Radio Color, ya que en su mayoría era de corte externo (hecha fuera del país) y lo que se hacía era la difusión de estos materiales

insertos en programas donde se podían utilizar, esto no significa que no se haya producido, se lo hizo, pero en poca proporción y gran parte de ellos en vivo (o al aire).

8.1.3. Empleo de géneros de variedades y/o misceláneas

Radio Color FM 101 hizo un amplio empleo de este tipo de género, ya que en la estructura básica de su propuesta radial, particularmente la revista musical y la participación, ocuparon un sitio preponderante y su utilización fue masiva. El empleo de este género y los demás, siempre se los trabajo en función de los objetivos que se perseguían. Es importante señalar que si bien las variedades y misceláneas dan importantes grados de libertad en las estructuras de temáticas y contenidos, sin embargo se puede señalar que muchas de las propuestas de Radio Color tenían ejes muy definidos en cuanto a temas y contenidos y lo verdaderamente flexible era la posibilidad de utilización de otros géneros y el uso variado de formatos.

Posiblemente en la versión de participación, se haya dado uno de los grandes saltos en la propuesta radiofónica de la época, ya que hasta entonces la FM, era pensada como una radio que brindaba música, tratando de imitar una discoteca o una radio con sólo música ambiental, Radio Color entró con un amplio sentido de abrir los micrófonos a la gente (a la audiencia) y esto cambió la visión del trabajo de las FM's acercándolas más a la gente y volviéndola más próxima a ella. Fueron diversos los espacios pensados en la participación de la audiencia y en sus diversas modalidades, esto diferenció en ese momento la propuesta de Radio Color.

La versión de shows y transmisiones fue también utilizada, pero sobre todo condicionada a circunstancias especiales o fechas de alta significación, para la radio o para el contexto local o nacional.

8.1.4. Empleo de géneros musicales

Los géneros musicales han sido ampliamente utilizados por Radio Color, se podría señalar que es el género musical el que ha identificado y caracterizado a esta estación radial, la utilización fue intensiva y definió su trabajo. Se utilizó mucho la música vocal, la música por ritmo, por época, por procedencia geográfica y/o cultural y por idioma utilizado.

Cuadro 15
Empleo del género musical

FRECUENCIA DE EMPLEO	GÉNERO
MUCHO	VOCAL Y/O INSTRUMENTAL RITMO, MELODÍA Y ARMONÍA ÉPOCA PROCEDENCIA GEOGRÁFICA O CULTURAL IDIOMA UTILIZADO
FRECUENTEMENTE	
MAS O MENOS	
POCO	
NADA	

Elaboración propia

Desde que se concibió la idea de crear una radio los ejecutivos ya pensaron en una estación que trabajara con la música, como su más importante y principal instrumento, así fue, Radio Color se caracterizó por la utilización, durante toda su programación, de música y sobre todo la vocal. Son diferentes los aspectos a los que se tendrían que hacer referencia, sin embargo, se pueden apuntar algunos como la enorme variedad musical que se utilizó, se empleaban tanto solistas como grupos, no se distinguía una diferenciación de sexo, es decir, se utilizaban tanto de varones como de mujeres. La música instrumental también fue utilizada, aunque en poquísima proporción.

Posiblemente uno de los ganchos más importantes que tuvo Radio Color fue la diversidad rítmica que utilizó desde música folklórica, criolla, mestiza, autóctona y nuevo canto, tanto de Bolivia y de la región latinoamérica, también el empleo de música de otras latitudes como Europa, Asia y África; pero no se quedó ahí porque su propuesta fue más amplia con el uso de rock and roll, rock, pop, música disco, baladas, jazz, blues y muchos otros ritmos. Se puede considerar que fue una propuesta muy integral en el manejo del género musical, llegando a dar a la audiencia una verdadera opción musical frente a las FM's del momento y no es exagerado señalar que posiblemente en el campo musical fue una propuesta de las más interesantes de la región.

En el plano del género musical en su versión temporal o de época, también tuvo todo un acierto, porque si bien se empleaba música en calidad de estrenos y primicias, también otra de sus potencialidades fue el permitir a la audiencia disfrutar de música del ayer; recuperó material que fue altamente aceptado por diferentes generaciones, tenía una propuesta como espacios para música de antaño en baladas, boleros, tangos, música boliviana y latinoamericana. Creó programas especializados para retrotraer diferentes ritmos y dedicados a diferentes públicos.

Aunque ya se hizo alguna referencia, el género musical por procedencia geográfica o cultural tuvo un lugar de privilegio en Radio Color, su desplazamiento fue desde nuestro propio país, se barrió toda la geografía boliviana, pero no sólo eso, se utilizó música de espacios culturales identificados en nuestro país, como aymaras, quechua, guaraníes, la propia cultura o música urbana, la música autóctona, entre muchas otras, pero posiblemente uno de sus mayores méritos fue el imponer la presencia de la música de nuestro país en la Frecuencia Modulada. Su horizonte no se quedó allí, trabajó intensamente con la música de la región latinoamérica, sud América, centro América y el Caribe fueron descubiertos musicalmente en nuestro medio por Radio Color, inició los programas especializado con música caribeña salsa, merengue, son y otros ritmos sonaron por FM 101.

La música latinoamericana también entró a la ciudad de La Paz, música de la Argentina: Zambas, chacareras, gatos, rasguidos y otros ritmos se escucharon; Ecuador con sus sanjuanitos, pasillos y muchos otros, en el caso de Colombia: cumbias, vallenatos, etc., Perú con: valeses, zamacuecas, marineras y otros. Se puede decir que la música se constituyó en un instrumento para trabajar intensamente en uno de sus grandes objetivos, concientizar sobre la unidad latinoamericana. Su espacio fue tan grande que a través de la música se viaja alrededor del mundo con programas musicales que mostraban la música de países de Europa, Asia, África y de Norte América.

Finalmente el género musical por el idioma utilizado tuvo un particular rasgo, creó una identidad, decidieron que el español sea el idioma oficial por eso se acuñó una celebre frase “Radio Color un homenaje a la música en español”, esta frase sintetiza una visión de defensa de la cultura urbana en La Paz, porque ese era el espacio social (audiencia) a la que se quería llegar y a la que se llegó. Esta decisión se fundamenta en la estructura construida hasta entonces en la FM, cuyo rasgo fundamental era la música en inglés o música ambiental. Esta decisión les dio un éxito insospechado de audiencia. Pese a que se optó por un idioma oficial en la música vocal y en la locución y conducción de sus programas, esto no fue tan ortodoxo ya que se utilizaban muchos otros idiomas como el italiano, el francés y otros, pero no como soporte básico, sino más bien como un espacio de conocimiento de otras músicas y culturas. También se utilizaron otros idiomas de la región latinoamericana como el portugués entre otros. Es altamente importante aclarar que los diferentes idiomas fueron empleados desde el punto de vista de la música vocal y no así desde el plano de la locución y/o conducción.

8.2. Empleo de géneros por intencionalidad del emisor

El uso de estos géneros tuvo sus singularidades, cuatro de ellos han sido muy utilizados, uno de, más o menos y tres no fueron utilizados.

Cuadro 16
Empleo de géneros por intencionalidad del emisor

FRECUENCIA DE EMPLEO	GÉNERO
MUCHO	INFORMATIVO CULTURAL PARTICIPATIVO MOVILIZACIÓN SOCIAL
FRECUENTEMENTE	
MÁS O MENOS	ENTRETENIMIENTO
POCO	
NADA	EDUCATIVO COMERCIAL RELIGIOSO

Elaboración propia

Entre los géneros empleados está el informativo, sin bien este se empleó mucho, pero lo que se señala es que Radio Color no fue una emisora de corte informativa o vinculada estrechamente al periodismo, más bien, sus alcances estuvieron, en brindar un servicio a través de la información. Además la información discurrió en ámbitos más vinculados a temas sociales y de la vida cotidiana. Sin duda que donde se hace énfasis es en señalar que otro fecundo horizonte de manejo de información fue el ámbito musical.

En cuanto el género cultural, dadas las características de definición que habíamos realizado, se puede señalar que, por un lado se utilizó mucho este género, en el entender de la definición amplia de cultura, como todas las prácticas y actividades humanas, de hecho uno de sus grandes ejes filosóficos de acción es el rescatar y revalorizar la cultura de la clase media de la ciudad de La Paz. En cuanto a la versión restringida de cultura vinculada al arte, se puede señalar trabajo en estos horizontes de forma intensa en el apoyo al arte, basta con

señalar que su gran insumo y rasgo fue su naturaleza musical, sin embargo, Radio Color no se reconoce como una radio cultural en los alcances de esta conceptualización.

El género participativo se empleó mucho, según se señala, es posible que uno de sus más grandes aciertos de su propuesta radial haya sido el propiciar la participación activa y dinámica de la audiencia y la gente, ello le permitió romper esquemas establecidos en la Frecuencia Modulada de la época, que concebía que la gente no debía participar. La participación de la audiencia se la realizó en diferentes dimensiones, desde el pedido de temas pasando por expresar sus criterios, hasta llegar a formar parte de acciones concretas en demandas y reivindicaciones.

Por lo expuesto anteriormente está muy articulado al uso del género de movilización social, ya que según lo investigado, Radio Color se puede identificar como una emisora de movilización social, partiendo de señalar que su propia naturaleza de existencia está fundamentada en la construcción de una bisagra entre los espacios sociales del campo y la ciudad, a ellos se suma su naturaleza de servicio, la búsqueda, rescate y autovaloración de una identidad propia de la clase media, el dar voz a los sin voz y la propia ruptura de los esquemas establecidos en la FM del momento, o su trabajo por la unidad latinoamericana; son estos aspectos que hacen que se reconozca como una radio de movilización social.

En cuanto a ser de género de entretenimiento, se señala que no era su naturaleza, pero sin embargo, si se empleó el criterio de brindar una emisora que tenga entretenimiento, pero en los alcances de sus propósitos y objetivos y filosofía de existencia y siempre en el plano de respeto a la audiencia y sin perder su naturaleza.

En relación al género educativo, consideran que si bien esta estación radial trabajaba con la creación y rescate de valores y también con aspectos de conocimiento e instrucción, se considera que no fue un medio educativo en los alcances conceptuales de radio educativa formal y por ello no se la reconoce de esa manera. Un aspecto que llama la atención es que tampoco se reconoce como una radio religiosa, si bien, su naturaleza propietaria fue de la iglesia, su trabajo radial no tuvo los alcances de ese tipo. Finalmente no fue una emisora de corte comercial, aunque trabajaba con criterios comerciales, pero sólo para lograr costear sus costos operativos.

8.3. Empleo de géneros por segmentación de destinatarios

A tiempo de ver estos géneros, resulta importante señalar que Radio Color tuvo una propuesta que desde sus inicios fue muy clara en objetivos y propósitos, por ello no entiende tanto como géneros, más bien considera más audiencias, en ello deja claro que su audiencia fundamental era la familia de la clase media urbana de La Paz.

Sin embargo, en función del modelo desarrollado podemos considerar que la información obtenida, nos da cuenta que los géneros más utilizados han sido el infantil, femenino, tercera edad y urbano; por otro lado se trabajó con géneros juveniles y no se utilizaron los restantes, campesino y sindical.

Cuadro 17

Empleo de géneros por segmentación de destinatarios

FRECUENCIA DE EMPLEO	GÉNERO
MUCHO	INFANTIL FEMENINO TERCERA EDAD URBANO
FRECUENTEMENTE	
MAS O MENOS	JUVENIL
POCO	
NADA	CAMPESINO SINDICAL

Elaboración propia

Radio Color, fue una estación radial que de forma pionera implementó espacios dedicados a los niños en su programación diaria y semanal en la FM de LaPaz, esto le implicó, según dan cuenta sus protagonistas, erogar sumas de dinero importantes para conseguir material sonoro de soporte a estos espacios. La base de trabajar con este género era considerar que los niños son de alta importancia en los hogares, pero sobre todo, en la sociedad, por cuantos se constituyen en el futuro objetivo y sobre los valores de ese futuro había que trabajar.

En cuanto al empleo de géneros femeninos radiales, ni duda cabe que también fue pionera, se constituyó en una radioemisora que sostenidamente incluyó en su propuesta, la defensa y lucha por los derechos (contra la violencia) y la igualdad de oportunidades de género, a partir de ello se trabajaron en diversas producciones radiales, que agendaron temas relativos a la mujer. Esta identidad quedó plasmada en diferentes escenarios, producto de ello es que diversos actores orgánicos y no, reconocieron y ponderaron esta labor.

En relación al género urbano, se asegura que uno de los aspectos centrales que motivo la apertura de Radio Color, fue la distancia percibida entre el campo y la ciudad, cuando en su entender no existían puentes o bisagras de comprensión y entendimiento, por ello en el diseño de esta emisora se plantea que debe llegar con su propuesta radial a la clase media urbana de la ciudad de La Paz, esto se diseño y eso se hizo durante el tiempo que trabajó.

Si bien todo el trabajo de Radio Color fue focalizado en una oferta radial dirigida a las familias, esto implicó también atender a un segmento de la población, la tercera edad, considerando que, este segmento era la base constitutiva de una reserva moral de la sociedad y llena de sabiduría. Se da cuenta que se implementó espacios relacionados a este sector particularmente musicales.

En el caso de los géneros juveniles, no se puede señalar que el trabajo de Radio Color haya sido focalizado a este público, sin embargo lo que queda claro es que no fue descuidado, y siempre la labor desarrollada implicaba también a la juventud. Se da cuenta de una acción conjunta con un medio escrito "Presencia Juvenil", con éste se implemento un espacio "el Disco Debate", aunque el programa era direccionado a toda la familia y a diversos públicos, sin embargo da cuenta de su actitud reflexiva frente a este segmento poblacional, en realidad su programación tenía un fuerte sentido de direccionamiento juvenil.

Sólo como aspecto explicativo se señala, que no es que no se haya trabajado con géneros campesinos y sindicales, sino que no se enfatizó explícitamente esta labor como en los anteriores casos.

8.4. Empleo de géneros por tiempo de duración

La información obtenida da cuenta del intenso uso de dos tipos: de corta duración y larga duración mientras que los de mediana, si bien fueron empleados frecuentemente, pero no en la misma intensidad.

Cuadro 18
Empleo de géneros por tiempo de duración

FRECUENCIA DE EMPLEO	GÉNERO
MUCHO	CORTA LARGA
FRECUENTEMENTE	
MAS O MENOS	MEDIANA
POCO	
NADA	

Elaboración propia

A tiempo de señalar que los géneros de corta duración se emplearon mucho en Radio Color, se puede también complementar indicando que este empleo se realizó en sus diferentes tipos: dramatizados y/o teatralizados, narrados y/o relatados, musicalizados, testimoniales y combinados. Un aspecto que se destaca es su alto nivel de creatividad en la producción y la diversidad y variedad que se empleó para la producción radiofónica de Radio Color. También se da cuenta que ante de ello, las FM's tenían un formato monótono pareciendo un sólo programa toda su oferta, cuando Radio Color inició su actividad diversificó tanto el uso de formatos, sobre todo de los cortos, que esto dio inicio a un otro cambio.

Los formatos de mediana duración tuvieron un regular empleo, sobre todo en sus tipos narrados, musicalizados y los combinados. A través de ellos se abordaban una variedad muy rica y diversa de temas como: derechos humanos, desarrollo humano, violencia, equidad, salud, temas psicológicos, musicales y artísticos.

Los géneros de larga duración fueron de mucho empleo, se destaca aquí fundamentalmente en su tipo musicalizados y combinados, la explicación más probable de su empleo se sustenta en la forma organizativa de este medio de comunicación, que implicaba un trabajo regular de cada productor-locutor de 2 a 3 horas por jornada y este género se acondicionaba a esto.

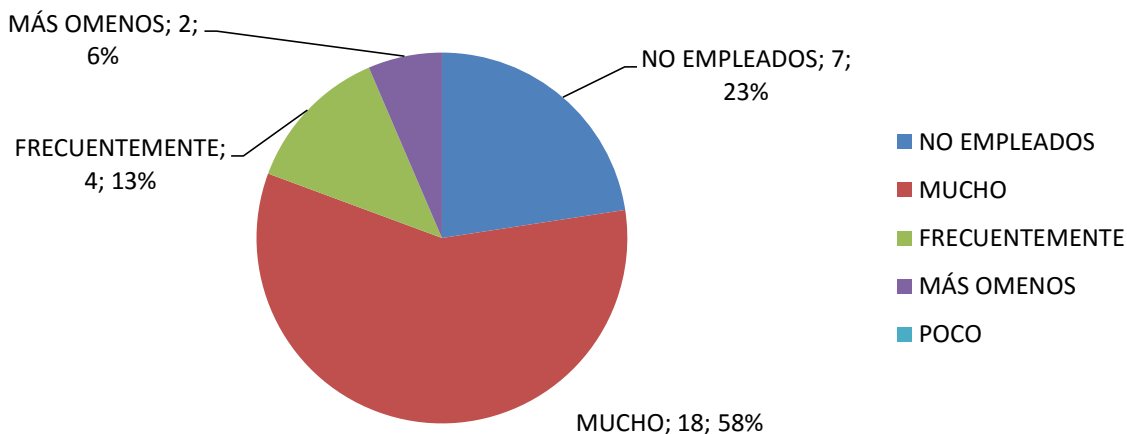
8.5. Balance general del empleo de géneros radiofónicos en Radio Color

De los 31 géneros radiofónicos planteados por el modelo, 24 (77% del 100%) fueron empleados por Radio Color, (23%) no fueron empleados, de este total los de mucho empleo llegan a 18 géneros que equivalen al 58%, los frecuentemente empleados son 4, el

13%, finalmente, 2 géneros fueron más o menos empleados y representan solamente el 6%. Estos resultados podemos ver en el gráfico 9.

Gráfico 9

Balance general del empleo de géneros en Radio Color



El resumen del empleo de géneros radiofónicos utilizados en Radio Color se los presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro 19

Balance general de empleo de géneros en Radio Color

GÉNERO	FRECUENCIA DE USO
PERIODÍSTICOS INFORMATIVOS PERIODÍSTICOS INTERPRETATIVOS VARIEDADES Y MISCELÁNEAS MUSICAL VOCAL E INSTRUMENTAL MUSICAL POR RITMO, MELODÍA ARMONÍA MUSICAL POR ÉPOCA MUSICAL POR PROCEDENCIA GEO.O CULT. MUSICAL POR IDIOMA INFORMATIVO PARTICIPATIVO MOVILIZACIÓN SOCIAL INFANTIL FEMENINO TERCERA EDAD URBANO CORTA DURACIÓN NEDIANA DURACIÓN LARGA DURACIÓN	MUCHO
PERIODÍSTICOS DE OPINIÓNS DRAMATIZADOS TEATRAL DRAMATIZADOS NARRADOS DRAMATIZADOS COMBINADOS	FRECUENTEMENTE
ENTRETENIMIENTO JUVENIL	MÁS O MENOS

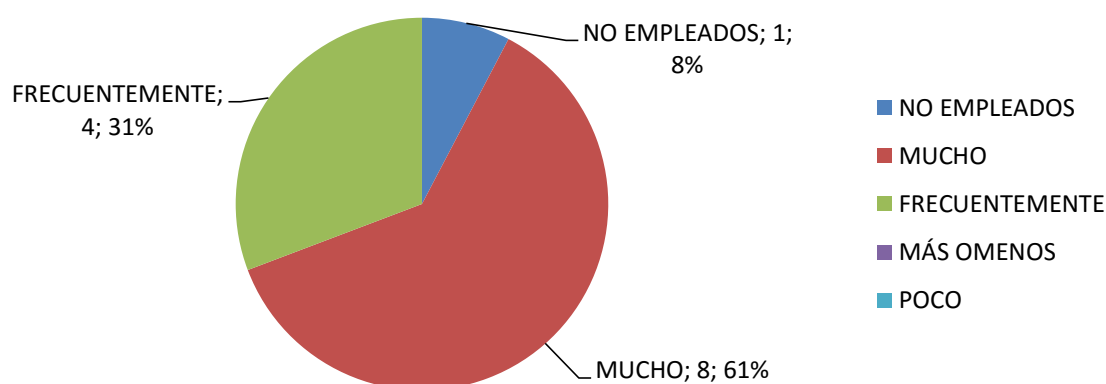
Elaboración propia

En la tipología de géneros, por modo de producción del mensaje, se emplearon 12 (el 92%), sólo 1 no fue empleado y representa el 8%. Es necesario aclarar que, 4 géneros corresponde a los periodísticos, uno de ellos, el de investigación, no fue empleado, mientras que los otros 3 fueron, de estos 2 se emplearon mucho y 1 frecuentemente, los géneros dramatizados son 3, todos fueron empleados frecuentemente, el género de variedades y

misceláneas sólo es 1 y se lo empleó mucho, finalmente, los géneros musicales, son 5, y se emplearon mucho. Ver gráfico 10.

Gráfico 10

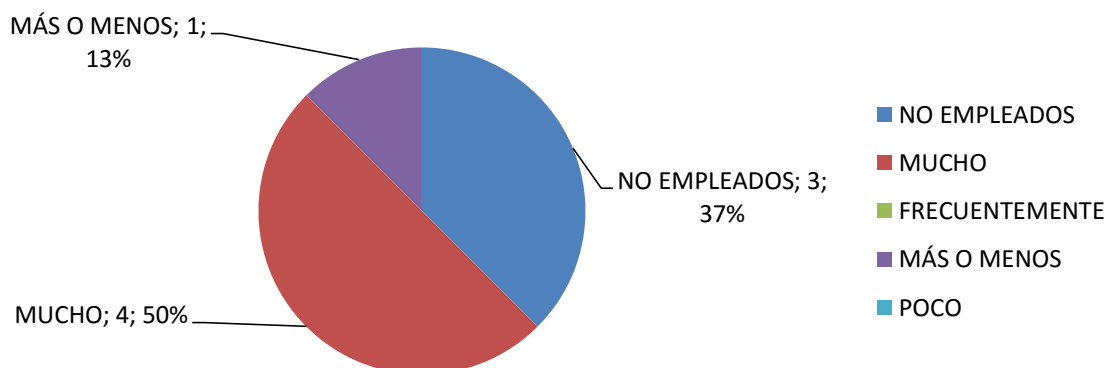
Empleo de géneros por modo de producción del mensaje en Radio Color



En la tipología, intencionalidad del emisor, el modelo propone 8 géneros, de estos se emplearon 5 (el 62%), los de mucho empleo llegan a 4 (representan el 50%), 1 fue más o menos empleado (el 12%), los no empleados fueron 3 (el 37%). Ver Gráfico 11

Gráfico 11

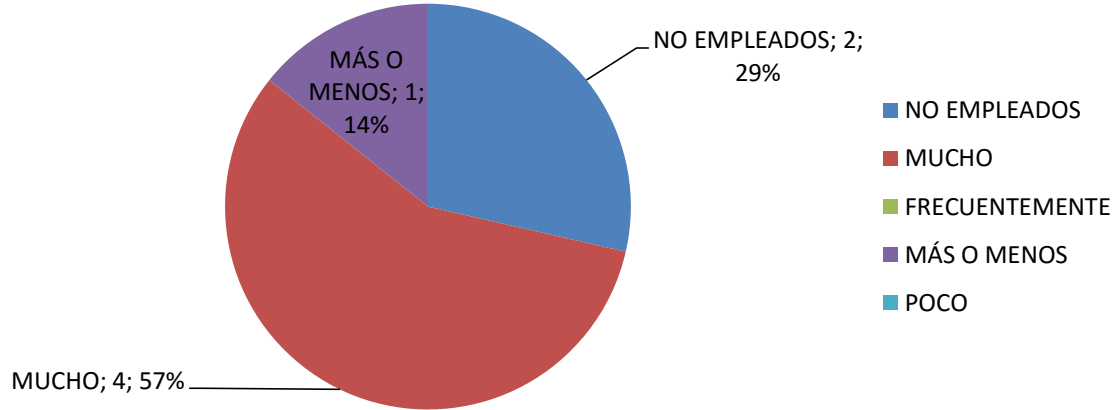
Empleo de géneros por intencionalidad del emisor en Radio Color



En cuanto al empleo de géneros por segmentación de destinatarios, de los 7 propuestos en el modelo, fueron 5 los empleados (71%), 2 no se emplearon (28%). De los 5 usados, 4 (57%) se emplearon mucho y 1 (14%) fue más o menos empleado. Ver Gráfico 12

Gráfico 12

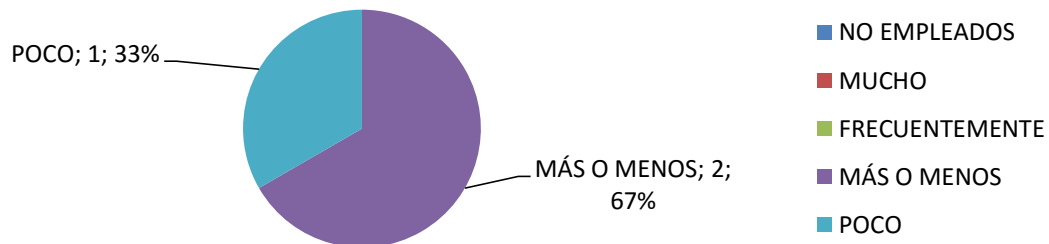
Empleo de géneros por segmentación de destinatarios en Radio Color



En relación a los géneros por tiempo de duración, el modelo plantea fundamentalmente 3 géneros, los de corta, mediana y larga duración, los datos nos señalan que fueron más o menos empleados 2, el 667%, 1 fue de poca duración. Ver gráfico 13.

Gráfico 13

Empleo de géneros por tiempo de duración en Radio Color



De todo lo visto se puede señalar que los géneros por tiempo de duración fueron empleados en un 100%, aunque es necesario aclarar que no fueron los de mucho uso, luego están los géneros por modo de producción del mensaje, seguidos de géneros por segmentación de destinatarios y finalmente los géneros por intencionalidad del emisor.

Conclusiones

De toda la información obtenida, sistematizada, analizada y presentada, se puede concluir lo siguiente:

1. Radio Color hizo un empleo cuantitativo importante de géneros y formatos, en el primer caso, empleó el 93% de los géneros propuestos en el modelo, significa esto que, de los 31, empleó 24. En el segundo caso, empleó el 88% de formatos propuestos en el modelo, vale decir que, de los 75 empleó 63. Esto significa que la mayor parte de géneros y formatos fueron empleados en la producción radiofónica de Radio Color, en el periodo 1985-1990 en la ciudad de La Paz.
2. En relación a los géneros, Radio Color empleó las cuatro tipologizaciones de géneros en diferentes grados, siendo los más empleados: los por modo de producción del mensaje y por tiempo de duración. Las de segmentación de destinatarios y la de intencionalidad del emisor, también fueron empleadas, pero en menor intensidad. Escudriñando más, se puede señalar que en el empleo de géneros por modo de producción del mensaje, los más utilizados fueron, los musicales, seguidos de los de variedades y misceláneas y más atrás los periodísticos. En cuanto a los géneros por tiempo de duración, se puede señalar que fueron utilizados en su totalidad, pero sobresalen, por su mucho empleo, los de larga y corta duración.
3. Respecto al empleo de formatos radiofónicos, Radio Color se caracteriza por un gran empleo de formatos, siendo los más empleados los musicales, variedades y misceláneas, seguidos después por los de larga y corta duración.
4. Finalmente, algo que queda claro es que el empleo cuantitativo de géneros y formatos, nos ayuda a concluir que la propuesta radiofónica de Radio Color FM 101, tuvo como rasgo fundamental el uso variado y amplio de géneros y formatos radiofónicos.

Bibliografía

AGUIRRE, Álvaro; ARCE, Carlos; LARRAZABAL, Hernando; MONTAÑO, Gary; MONTAÑO, Rubens.

1993 “*La Intencionalidad del Ajuste en Bolivia*”, La Paz, CEDLA

ALIAGA, José Luís; CORONEL, Cristóbal

2000 “*Construyendo el Mensaje Radiofónico: Los Géneros y Los Formatos*”. La Paz, ERBOL

ALIAGA B., Sandra

1988a “*Definitivamente Latinoamericano*”. Perspectiva. N°22 (abril 1988): 65-71

1995b “Diez años de colores”. Equidad (agosto 1995): 4-5

ALVES, Walter

1994 “*La Cocina Electrónica*”. Quito, CIESPAL.

BALSEBRE, Armand

2000 “*El lenguaje radiofónico*”. Madrid, Anzos

BARBERO, Jesús Martín

1.998 “*De los medios a las mediaciones*”. 5ª ed. Santafé de Bogotá, Gustavo Gili.

BARRAGÁN, Rossana (y otros)

1.999 *Formulación de proyectos de investigación*. La Paz, Offset Boliviana Ltda.

BERLO, David

1969 *El proceso de la comunicación*. Buenos Aires, El ATENEO.

CALASICH, Antonio

2002 “*Periodismo Radiofónico: Construyendo la Realidad*”. La Paz, ERBOL.

CAMACHO AZURDUY, Carlos (y otros)

1999 “*Comunicación Masiva: De la Audiencia a la Competencia*”. La Paz, ERBOL.

CHÁVEZ ÁLVAREZ, Gonzalo; TORANZO ROCA, Carlos

1993 “*Claves y Problemas de la Economía Boliviana*”, La Paz, ILDIS.

GARCÍA CAMARCO, Jimmy

1998 “*El Mundo de la Radio*”. Quito, CIESPAL.

GREBE LÓPEZ, Horst

1998 “*Las reformas estructurales en Bolivia*”. La Paz, Fundación Milenio.

- GREBE, Ronald (y otros)**
1989 *"Radio y Educación en Bolivia"*. La Paz, CENDES
- GUTIERREZ, Hernán**
2002 *"Periodismo Radiofónico: Leyendo la Realidad"*. La Paz, ERBOL
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos; BAPTISTA LUCIO, Pilar**
1.997 *Metodología de la investigación*. México, McGRAW HILL.
- INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACIÓN, RADIO NEDERLAND TRAINING CENTRE**
1994 *"Curso-Taller de Producción de Programas Radiofónicos para el desarrollo Rural"*. San José, IICA/RNTC
- IÑIGUEZ, Gonzalo**
1987 *"Color F.M. una radio distinta"*. Hoy. Revista Domingo. La Paz (domingo 27 de septiembre): 28-30
- IRIARTE, Gregorio; ORSINI PUENTE, Marta**
1995 *"Conciencia Crítica y Medios de Comunicación"*. Cochabamba, Imp. Talleres Gráficos de COLORGRAF RODRIGUEZ
- KLEIN S., Herbert**
1991 *"Historia de Bolivia"*, tercera edición. La Paz. Editorial Juventud.
- KAPLUN, Mario**
1.978 *Producción de programas de radio*. Quito, CIESPAL.
- LA GUÍA**
1993 *"Radio Color comprometida con el trabajo de servicio a la comunidad"*. El Diario. Reportajes. La Paz (domingo 1 de agosto): 13
- LAMAS, Ernesto**
2002 *"Gestión Radiofónica ¡A Trabajar se Dijo!"*. La Paz, ERBOL.
- LOPEZ VIGIL, José Ignacio**
1.997a *Manual urgente para radialitas apasionados*. Quito. Artes Gráficas SILVA.
2004b *"Ciudadana Radio, el Poder del Periodismo de Intermediación"*. San Miguel, Imp. Línea y Punto S.A.C.
- LOZANO RENDÓN, José Carlos**
1.996 *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México, Alambra Mexicana.
- MATA, María Cristina; SCARAFÍA, Silvia**
1993 *"Lo que Dicen la Radios"*. Quito, ALER.

- MATTELART, Armand; MATTELART, Michéle**
1.997 *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, Paidós Ibérica S.A.
- MOLINA, Teddy**
1991 *“La magia de la radio intenta humanizar más a la sociedad”*. Presencia. Reportajes. La Paz (domingo 24 de noviembre): 3
- NEWMAN, John**
1966 *“Periodismo Radiofónico”*. México, Ed LIMUSA-WILEY S.A.
- ORTIZ SOBRINO, Miguel Ángel; MARCHAMALO GARCÍA, Jesús**
1.997 *Técnicas de comunicación en radio*. Barcelona, Paidós Ibérica S.A.
- ORTIZ SOBRINO, Miguel Ángel; VOLPINI, Federico**
1.998 *Diseño de programas en radio*. Barcelona, Paidós Ibérica S.A.
- PAOLI, J. Antonio**
1.983 *Comunicación e información*. México D.F., Trillas,
- RAMOS SANCHEZ, Pablo**
1985 *El Neoliberalismo en Acción*, La Paz, Editorial e Imprenta de la Universidad Mayor de San Andrés.
- RETAMOZO, Dulfredo**
1992 *“Géneros y Modalidades Para Periodismo y Radiodifusión (Radio TV)”*. La Paz, EX LIBRIS
- REYES VELÁSQUEZ, Jaime**
1999 *“Historia, Legislación y Ética de la Radio en Bolivia”*. La Paz, ERBOL
- ROSARIO, Amable**
1.991 *El spot radiofónico*. San José, Radio Nederland Training Centre.
- SAUMA PATIÑO, Lucía**
2.000 *El secreto de comunicar por radio: El lenguaje radiofónico*. La Paz, ERBOL.
- SILLER, Bob; WHITE, Ted; TERKEL, Hal**
1965 *“Noticias por Radio y Televisión”*. México, Ed LIMUSA-WILEY S.A.
- SOUZA, Mauricio**
1991 *“Queremos rescatar la cultura de la clase media”*. La Razón. Tele guía. La Paz (sábado 10 de agosto): 16, 17
- TORRES, Marco Polo**
1.976 *Locución radiofónica*. Quito, Belén.

TORRICO VILLANUEVA, Erick Rolando

- 1.993a “*Periodismo apuntes teórico-técnicos*”. 2ª ed. La Paz, Centro vocacional de aldeas infantiles SOS.
- 1.997b “*La tesis en comunicación*”. 2ª ed. La Paz, Artes Gráficas Latina.
- 2004c “*Abordaje y Periodos de la Teoría de la Comunicación*”. Bogotá, Grupo Editorial Norma

TOUSSAINT, Florence

- 1.990 “*Crítica de la información de masas*”. 3ª ed. México D.F. Trillas

VALDEZ LÓPEZ, Orlando.

- 2006 “*La Radio: Fundamentos Básicos*”. 1ra. Ed. Cochabamba. Kipus.

VILLAMOR, Claudia; LAMAS, Ernesto

- 1998 “*Gestión de la Radio Comunitaria y Ciudadana*”. Quito, AMARC.

VIVALDI, Gonzalo Martín

- 1.979 “*Curso de redacción*”. XVII edición, Madrid, Paraninfo.

ANEXO 1

Cuestionario abierto

¿Cuáles son su nombres y apellidos?

¿Qué años trabajó en Radio Color?

¿Qué año se fundó Radio Color?

¿Conoce algún antecedente sobre el origen de la emisora?

¿Sabía a quien pertenecía Radio Color?

¿Qué ideología tenía Radio Color?

¿Sabía por que crearon esa estación radial?

¿Sabía de los objetivos que perseguía esa emisora?

¿Cuáles cree que eran los pilares de la propuesta radiofónica de Radio Color?

¿Era una emisora igual al resto de la de Frecuencia Modulada?

¿Qué cree que la diferenciaba a esta estación radial de las otras?

¿Se enmarcaba en los moldes y esquemas de la práctica radial de la época?

¿Recuerda para qué tipo de audiencia trabajaban?

¿Participaba la gente de sus programas?

¿Ud. Cree que tuvo una amplia audiencia?

¿Qué le hace pensar que tenían audiencia masiva?

¿Qué instrumentos utilizaba Radio Color para cumplir sus propósitos?

¿Era íntegramente musical?

¿Qué estilo cree que tenía?

¿Quién financiaba Radio Color?

¿Recuerda como se administraba?

¿Cuéntenos algo de la infraestructura con la que contaba?

¿Recuerda algunos aspectos del equipamiento?

¿Recuerda algunos nombres de los que fueron sus compañeros de trabajo y que funciones realizaban?

¿Recuerda si tenían alguna formación sus compañeros?

ANEXO 2

Cuestionario “géneros y formatos empleados por Radio Color

	PREGUNTAS	MUCHO FRECUENTE	MÁS O MENOS	POCO	NADA	Preguntas abiertas sobre: Objetivos, temas, tipos, ejemplo, públicos y otros
	<i>Nombres y apellidos</i>					
	<i>En que radio (os) trabaja (ó)</i>					
	<i>Años en los que trabajó</i>					
	<i>Recuerda que radios FM habían en su época</i>					
	<i>Regularmente cuantos integrantes tenía la radio</i>					
1	<i>¿Emplearon La Nota Simple?</i>					
2	<i>¿Uds. emplearon La Nota Ampliada</i>					
3	<i>¿Uds. Emplearon la crónica?</i>					
4	<i>¿Uds. Emplearon la cronología?</i>					
5	<i>¿Empleaban Uds. entrevistas?</i>					
	<i>I Por el número de participantes</i>					
	<i>a) Interpersonal, de persona a persona (entrevistador-entrevistado)</i>					
	<i>b) Grupal, de varios participantes (entrevistados-entrevistadores)</i>					
	<i>c) Conferencia de prensa</i>					
	<i>d) Encuesta</i>					
	<i>II Por la finalidad que persigue</i>					
	<i>a) Informativa, la que sirve para obtener datos de algo o alguien</i>					
	<i>b) De opinión para conseguir valores, argumentos o juicios</i>					
	<i>c) De semblanza persigue conocer la biografía de alguien</i>					
	<i>d) Con grado de preparación:</i>					
	<i>- Preparada o planificada</i>					
	<i>- Repentina o improvisada</i>					
6	<i>¿Alguna vez emplearon la semblanza?</i>					
7	<i>¿Emplearon los reportajes?</i>					
	<i>I Por su finalidad</i>					
	<i>a) demostrativo (prueba una tesis)</i>					
	<i>b) descriptivo (informa)</i>					
	<i>c) narrativo (tiene carácter histórico)</i>					
	<i>d) instructivo (proporciona conocimiento)</i>					
	<i>e) conmovedor (exhorta a la acción)</i>					
	<i>f) entretenimiento (genera momento agradable)</i>					
	<i>II Por el método utilizado</i>					
	<i>a) testimonial (en base a testimonios)</i>					
	<i>b) documental (documentos, revisión de hechos y registros)</i>					
8	<i>¿Empleaban el flash informativos?</i>					
9	<i>¿Emplearon el adelanto?</i>					
9	<i>¿Producían micronoticiosos?</i>					
10	<i>¿Producían grandes informativos o noticieros?</i>					
11	<i>¿Producían radio revistas o revistas informativas?</i>					
12	<i>¿Emitían opiniones?</i>					
13	<i>¿Emitían comentarios?</i>					
	<i>a) Combativo (atacaba posiciones desde una ideología)</i>					
	<i>b) Admonitorio (llamaba la atención para corregir una falta)</i>					
	<i>c) Retrospectivo (que ha sido advertido)</i>					

	<i>d) Previsorio (hipótesis sobre el futuro)</i>					
14	¿Tenían ustedes un espacio editorial?					
15	¿Empleaban los sondeos de opinión?					
	¿Empleaban el análisis?					
16	¿Empleaban la crítica?					
17	¿Emplearon la interpretación?					
18	¿Hicieron alguna vez periodismo de destape					
19	¿Hicieron alguna vez periodismo de investigación experimental?					
20	¿Emplearon radioteatros?					
21	¿Emplearon Radionovelas?					
22	¿Producían y/o difundían series?					
23	¿Producían y/o difundían sociodramas?					
24	¿Emplearon los sketches?					
25	¿Producían y/o difundían espacios cómicos					
26	¿Producían y/o difundían personificaciones?					
27	¿Emplearon las fábulas?					
28	¿Producían y/o difundían diálogos					
29	¿Producían y/o difundían monólogos					
30	¿Producían y/o difundían cuentos?					
31	¿Empleaban los mitos?					
32	¿Producían y/o difundían leyendas?					
33	¿Producían y/o difundían tradiciones?					
34	¿Empleaban las parábolas?					
35	¿Empleaban los relatos históricos?					
36	¿Empleaban los chistes?					
37	¿Producían y/o difundían formatos mixtos y/o combinados?					
38	¿Producían Radio revista musical?					
39	¿Empleaban show y/o espectáculos?					
40	¿Empleaban espacios de participación?					
41	¿Hacían Transmisiones?					
42	¿Producían Radio revista musical variada?					
43	¿Producían programas de estrenos musicales?					
44	¿Tenían programas de música del recuerdo?					
45	¿Producían musical especializado?					
46	¿Pedidos y complacencias					
47	¿Empleaban formatos musicales de invitados especiales?					
48	¿Tenían el frente a frente?					
49	¿Producían y/o difundían programas de éxitos musicales (hit parade o ranking)?					
50	¿Realizaban festivales musicales?					
51	¿Producían y/o difundían el disco debate?					
52	¿Alguna vez produjeron o difundieron una historia musical?					
53	¿Empleaban recitales musicales?					
54	¿Utilizaban formatos cortos?					
55	- Narrados					
56	- Dramatizados					
57	- Cantados (musicales)					
58	- Testimoniales					
59	- Combinados					
	<i>Cuñas:</i>					
60	a) Spot publicitario					
61	b) Spot propagandístico					
62	a) Identificaciones					
63	b) Características					
64	c) Transiciones					
65	d) Avances					
66	c) Comunicados					
67	d) Necrológicos					
68	e) Avisos					
69	f) Citaciones					
	<i>Micro programas</i>					
70	g) Microprogramas:					
71	h) Cápsulas					
72	i) Flash					
73	j) Vox pópuli					
74	¿Producían y difundían diálogos					

75	I) <i>Diálogo tipo consultorio</i>					
76	a) <i>Médico</i>					
77	b) <i>Jurídico</i>					
78	c) <i>Psicológico</i>					
79	d) <i>Otro</i>					
80	II) <i>Diálogo tipo didáctico</i>					
81	<i>¿Producían y difundían la mesa redonda o panel?</i>					
82	<i>¿Empleaban las entrevistas a profundidad?</i>					
83	<i>¿Producían y difundían debates?</i>					
84	<i>¿Polémicas?</i>					
85	<i>¿Charlas?</i>					
86	<i>¿Tertulias?</i>					
87	<i>¿Emplearon géneros periodísticos? ¿qué tipo?</i>					
88	- <i>Informativos</i>					
89	- <i>De opiniones</i>					
90	- <i>Interpretativos</i>					
91	- <i>investigativos</i>					
92	<i>¿Emplearon géneros dramatizados?</i>					
93	- <i>Teatralizados y/o actuados</i>					
94	- <i>Narrados y/o relatados</i>					
95	- <i>Combinados y/o mixtos</i>					
96	<i>¿Emplearon géneros de variedades y/o misceláneas?</i>					
97	<i>¿Emplearon géneros musicales? ¿Qué tipo?</i>					
98	- <i>Vocal y/o instrumental</i>					
99	- <i>Ritmo, melodía y armonía</i>					
100	- <i>Época</i>					
101	- <i>Procedencia geográfica o cultural</i>					
102	- <i>Idioma utilizado</i>					
103	<i>¿Emplearon géneros por intencionalidad del emisor?</i>					
104	- <i>Informativo</i>					
105	- <i>Comercial o publicitario</i>					
105	- <i>Educativo</i>					
107	- <i>Cultural</i>					
108	- <i>Religioso</i>					
109	- <i>Entretenimiento</i>					
110	- <i>Participativo</i>					
111	- <i>Movilización social</i>					
112	<i>¿Emplearon géneros por segmentación del destinatario?</i>					
113	- <i>Infantil</i>					
114	- <i>Juvenil</i>					
115	- <i>Femenino</i>					
116	- <i>Tercera edad</i>					
117	- <i>Campesino</i>					
118	- <i>Urbano</i>					
119	- <i>Sindical</i>					
120	<i>¿Tenían espacios de pedidos musicales o complacencias?</i>					
	a) <i>Vía cartas</i>					
	b) <i>Vía teléfono</i>					
	c) <i>Otras formas</i>					
121	<i>¿Producían programas musicales con un invitado especial ya sea intérprete solista o grupo?</i>					
	<i>¿qué tipo?</i>					
	a) <i>Recitales en vivo</i>					
	b) <i>Especial narrado</i>					
	c) <i>Mixtos de recital en vivo y grabaciones de estudio</i>					
122	<i>¿Producían y/o difundían espacios musicales como el frente a frente?</i>					
	a) <i>Canción contra canción</i>					
	b) <i>Bloque contra bloque</i>					
	c) <i>Frente a frente en género</i>					
	d) <i>Frente a frente generacionalmente</i>					
123	<i>¿Qué tipo de música utilizaban?</i>					
	I <i>Utilizaban música:</i>					
	a) <i>Instrumental</i>					
	b) <i>Vocal</i>					
	c) <i>Mixta</i>					
124	II <i>Utilizaban música:</i>					
	a) <i>Antigua (pasada o del recuerdo)</i>					

	<i>b) Actual (presente o moderna)</i>						
125	III Utilizaban música:						
	<i>a) Norteamericana</i>						
	<i>b) Inglesa</i>						
	<i>c) Europea</i>						
	<i>d) Centroamericana (de que países)</i>						
	<i>e) Sudamericana (de que países)</i>						
	<i>f) Boliviana</i>						
124	IV Utilizaban música en:						
	<i>a) Español</i>						
	<i>b) Ingles</i>						
	<i>c) Otros (especifique cuales)</i>						
125	V Utilizaban:						
	<i>a) Rock and roll</i>						
	<i>b) Rock</i>						
	<i>c) Pop</i>						
	<i>d) Música disco</i>						
	<i>e) Baladas</i>						
	<i>f) Salsa</i>						
	<i>g) Merengue</i>						
	<i>h) Cumbia</i>						
	<i>i) Jazz</i>						
	<i>j) Blues</i>						
	<i>k) Otros ritmos, cuales</i>						
126	¿Producían programas participativos?						
	¿Eran de tipo?						
	<i>i) Presencial</i>						
	<i>ii) No presencial (grabado o por teléfono)</i>						
	<i>iii) Mixtos</i>						
	I Concursos						
	<i>a) Competencia (el mejor gana)</i>						
	<i>b) Azar (la suerte hace que ganen)</i>						
	<i>c) Participación (por participar se gana)</i>						
	II Debates y/o opinión						
127	¿Qué elementos utilizaban para seleccionar canciones?						
	<i>a) Estéticos</i>						
	<i>b) Éticos</i>						
	<i>c) Políticos</i>						
128	¿La selección era subjetiva? De:						
	<i>a) Director</i>						
	<i>b) Productor</i>						
	<i>c) Locutor</i>						
	<i>d) Programador</i>						
129	¿Qué gustos eran la base de la selección de música?						
	<i>a) Integrantes del equipo radial</i>						
	<i>b) Audiencia</i>						
	<i>c) Disquera (cuales)</i>						
130	¿Quién definía a quien se debe llegar?						
	<i>a) El dueño</i>						
	<i>b) El director</i>						
	<i>c) El equipo radial</i>						
	<i>d) Otro (¿Quién?)</i>						
131	¿A qué audiencia o público se llegaba?						
	¿A quién correspondía la decisión de la mezcla musical?						
	<i>a) Al medio</i>						
	<i>b) Al público</i>						
	<i>c) Ambos</i>						
132	Calificaban el gusto musical						
133	Que medio utilizaban para averiguar las expectativas musicales de la audiencia?						
	<i>a) Teléfono</i>						
	<i>b) Cartas</i>						
	<i>c) Encuestas musicales</i>						
	<i>d) Ventas de disqueras</i>						
134	¿Qué valor tenía lo que sugería o pedía la audiencia?						
135	¿Qué valor lo que sugería o pedía el productor?						
136	¿Qué valor lo que sugería o pedía el locutor?						
137	¿Qué valor lo que sugería o pedía el programador?						

138	¿Qué valor lo que sugería o pedía el dueño del medio?					
139	Se cerraban a las propuestas del público u oyente?					
140	¿en base a que criterios variaban la música?					
141	¿Tenían un público definido en edad?					
142	¿Tenían un público definido en género?					
143	¿Tenían un público definido en nacionalidad?					
144	¿Tenían un público definido en espacio social?					
145	¿Utilizaban discos antiguos?					
146	¿Utilizaban discos nuevos?					
147	¿Quién decidía que se promociona?					
	a) Director					
	b) Productor					
	c) Locutor					
	d) programador					
	e) Disquera					
148	¿Cuál era la procedencia de discos, como los adquirían?					
149	¿Invertían en discos?					
150	¿Eran donados por las disqueras?					
151	¿Quién decidía la promoción de discos y canciones?					
152	¿Cómo se utilizaban los discos antiguos?					
153	¿Utilizaban música nacional?					
154	¿Sabían que estaba reglamentado el uso de música nacional?					
155	¿La música que utilizaban siempre fue de disco y grabada?					
156	¿Alguna vez fue utilizada en música en vivo?					
157	¿Fue utilizada música de América Latina? (algún país)					
158	¿Estaba prohibido el uso de música de algún tipo?					
159	¿Qué tipo de música utilizaban más?					
	Rápidas					
	Lentas					
	Medias					
	¿Mezclaban ritmos rápidos y lentos?					
160	Utilizaban música vocalizada?					
161	a) Femenina					
	b) Masculina					
	c) Grupos					
162	¿Utilizaban música considerando la edad de los cantantes?					
	a) Jóvenes					
	b) Maduros					
	c) Mayores					
163	¿Utilizaban música instrumental?					
164	¿Se tenía control y registro de la música que emitían? (quién controlaba)					
165	¿El disco se utilizaba considerando?					
	a) Que eran de estreno?					
	b) Éxito					
	c) Actualidad					
	d) Ayer					
166	¿Se podían repetir temas en un mismo espacio?					
167	¿Habían programas que variaban en géneros y formatos?					
168	¿Complacían a las llamadas telefónicas o pedidos de otra forma?					
169	¿Hacían musicales de un sólo género?					
170	¿Especiales de algún intérprete?					
171	¿Hacían Ranking?					
172	¿Festivales con aficionados?					
173	¿Mano a mano?					
174	¿Ella y el?					
175	¿Canciones de que idiomas que recuerda utilizaban?					
176	¿Un equipo de producción cuantos miembros tenía?					
177	¿Habían mujeres en el medio de comunicación?, ¿Cuántas?, ¿Qué hacían?					
178	¿Usaban guión para sus programas?					

