

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



TRABAJO DIRIGIDO

**ELABORACIÓN, PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN DE LA
REVISTA RADIAL ¡QUÉ BONITA ES ESTA VIDA! EN LA RADIO
UNIVERSITARIA SAN ANDRÉS 97.6 FM EN TIEMPOS DE
PANDEMIA (2020-2021)**

Postulantes: Ruth Abigail Mamani Maquera

Bricia Mamani Condori

Tutor: Lic. Rose Mary Alcón Quelca

**La Paz – Bolivia
2021**

Dedicatoria I

El presente trabajo está dedicado a mi familia, quienes me apoyaron y motivaron durante todo el tiempo que duró mis estudios. También dedico este trabajo a mis amigos y amigas, docentes y mentores, los cuales me animaron a no desistir hasta lograr mi cometido, por último, pero no menos importante, a mi querido novio quien me ayudó, me motivó y brindó todo su apoyo desmedidamente.

Ruth Abigail Mamani Maquera

Este trabajo se lo dedico a mi familia: papá, mamá y hermanos con mucho cariño, sobre todo se lo dedico a mis abuelos y a mi novio. En especial a aquellas personas que estuvieron apoyándome cada momento en cada paso que di hasta este momento. También a esas personas que fueron tan importantes en mi vida, pero que se fueron al cielo y que hoy ya no los puedo abrazar. Hago este pequeño reconocimiento con todo mi corazón y mi alma.

Bricia Mamani Condori

Agradecimiento II

Queremos agradecer a los que nos abrieron las puertas para poder realizar el presente trabajo, a la Mcs. Jannet Daza, directora de la Radio San Andrés, quien con mucho cariño nos guio y ayudo en todo momento; agradecemos también al director de la carrera Lic. Edgar Pomar por el apoyo a los estudiantes, de igual modo, agradecemos a nuestra tutora Lic. Rosse Mary Alcón, quien apoyó y guio en este trabajo.

INDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria	i
Agradecimiento	ii
Índice de contenidos.....	iii
Índice de tablas.....	iv
Índice de Gráficos	v
Resumen.....	vi
Abstract	vii
Introducción	viii
1. CAPÍTULO I ASPECTOS GENERALES	1
1.1 Descripción del problema.....	1
1.2. Justificación.....	3
1.3. Objetivos	5
1.3.1. Objetivo General	5
1.3.2. Objetivos Específicos	5
1.4. Alcances y Límites:	6
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO.....	8
2.1. Corriente comunicacional.....	8
2.1.1. Comunicación para el desarrollo	8
2.1.2 Comunicación y salud	9
2.1.3. Comunicación para la salud	9
2.2. Psicología social de la Comunicación	10
2.3. La radio.....	11
2.3.1. La radio por internet y sus herramientas	13
2.4. Lenguaje radiofónico.....	13
2.4.1. La palabra	14
2.4.2. Los efectos.....	14

2.4.3. La música	15
2.4.4. El silencio	16
2.5. Géneros y formatos de la radio.....	16
2.5.1. Género dramático	17
2.5.2. Género periodístico	17
2.5.3. Género musical.....	18
2.6. Diseño de un programa radial.....	18
2.7. La radio revista.....	20
2.7.1. La estructura de una radio revista.....	22
2.8. La entrevista	23
2.8.1. Tipos de entrevista.....	24
2.9. La Cápsula.....	29
CAPÍTULO III MARCO REFERENCIAL	32
3.1. De la institución.....	32
3.2. Pandemia Covid-19 en el mundo	35
3.3. Covid-19 en Bolivia	39
3.4. Medidas de contingencia	42
3.5. Efectos psicológicos de la pandemia y el confinamiento.....	43
3.5.1. Determinantes sociodemográficos.....	43
3.5.2. Determinantes económicos.....	46
3.5.3. Trabajo no remunerado en el hogar y de cuidados.....	47
3.6. ¿Qué es salud mental?	48
3.6.1. Depresión.....	49
3.6.2. Ansiedad	49
3.6.3. Estrés	50
3.6.4. Incertidumbre	51
3.6.5. Duelo	52
3.7. Intervención psicológica en covid-19.....	52
CAPÍTULO IV MARCO METODOLÓGICO	59
4.1. Metodología.....	59
4.2. Método.....	59

4.2.1. Técnicas.....	60
4.2.2. Instrumentos	61
4.3. Etapas de la producción.....	61
CAPÍTULO V PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO.....	64
5.1. Pre producción.....	64
5.2. Aspectos generales ¡Qué bonita es esta vida!.....	64
5.4. Planes de trabajo.....	72
5.5. Línea grafica.....	73
5.5.1. Elementos básicos de la identidad.....	73
5.5.2. El logotipo	74
5.5.3. Isotipo/Símbolo	75
5.6. Inserciones musicales	77
5.8. Post producción	82
5.8.1 Promoción del programa ¡Qué Bonita es Esta Vida!	82
6.1. Resultados del alcance.....	83
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	86
Conclusiones	90
Recomendaciones	92
BIBLIOGRAFIA.....	93
ANEXOS.....	104

Índice de tablas V

Tabla 1.Conformación del directorio representativo de la Radio Universitaria San Andrés	33
Tabla 2.Marco para la contribución de la psicología y el psicólogo a la pandemia de COVID-19 en la salud pública. Aspectos relacionados con la enfermedad.....	54
Tabla 3.Marco para la contribución de la psicología y el psicólogo a la pandemia de COVID-19 en la salud pública. Impacto profesional y social.....	55
Tabla 4.Contención psicología de marzo a septiembre 2020.....	56
Tabla 5.Guion técnico de la cápsula “La curiosidad mato al gato”	68
Tabla 6.Guion Técnico de ¡QUE BONITA ES ESTA VIDA!.....	69
Tabla 7..Planificación semanal del programa ¡Qué Bonita es Esta Vida!.....	73
Tabla 8.Guion técnico de elaboración de identificación de programa ¡Qué Bonita es Esta Vida!.....	78
Tabla 9.Guion técnico de elaboración de cortinas de identificación del programa ¡Qué Bonita es Esta Vida! sector la frase del día.....	79
Tabla 10.Guion técnico de elaboración de cortinas de identificación del programa ¡Qué Bonita es Esta Vida! sector la curiosidad mato al gato.	79
Tabla 11.Guion técnico de elaboración de cortinas de identificación del programa ¡Qué Bonita es Esta Vida! sector en dialogo.....	80
Tabla 12.Guion técnico de elaboración de cortinas de identificación del programa ¡Qué Bonita es Esta Vida! pausa comercial.	80
Tabla 13.Guion técnico de elaboración de cortinas de identificación del programa ¡Qué Bonita es Esta Vida! regreso de pausa comercial.....	81
Tabla 14.Resultados de las publicaciones con más alcance.....	85
Tabla 15.Cronograma de actividades ¡QUE BONITA ES ESTA VIDA!.....	87

Tabla 16.Cronograma de actividades individuales de las integrantes de Trabajo Dirigido	88
--	----

Índice de Gráficos VI

Gráfico 1. Esquema de realización de la cápsula radial	30
Gráfico 2.La frase del día – 6 de abril 2021	67
Gráfico 3.Logotipo del programa ¡Qué Bonita es Esta Vida!	75
Gráfico 4.Isotipo del programa ¡Qué Bonita es Esta Vida!	76
Gráfico 5.Marca del programa ¡Qué Bonita es Esta Vida!	76
Gráfico 6.Foto de perfil en Facebook.....	77
Gráfico 7.Arte de expectativa en Facebook	82
Gráfico 8.Fotografía de promoción en Facebook.....	83
Gráfico 84. primer logo del programa ¡Qué bonita es esta vida!	34

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1.Historia del programa ¡Qué Bonita es Esta Vida!	105
Anexo 2.Entrevista a la Directora de la Radio Universitaria San Andrés 97.6 FM.....	106
Anexo 3,Entrevista al operador de la Radio Universitaria San Andrés 97.6 FM.....	109
Anexo 4.Medición de alcance de publicación de la página del programa ¡Qué Bonita es Esta Vida!, fecha 12 de octubre 2020	110
Anexo 5,Medición de alcance de publicación de la página del programa ¡Qué Bonita es Esta Vida!, fecha 1de marzo 2021	111
Anexo 6,Medición de alcance de publicación de la página del programa ¡Qué Bonita es Esta Vida!, fecha 14 de abril 2021	111
Anexo 7.Transmisión en Facebook 2 de febrero de 2021	112
Anexo 8.Transmisión en Facebook 15 de abril de 2021	112
Anexo 9.Frase del día, 25 de marzo	113

Anexo 10.Frase del día, 8 de abril	113
Anexo 11.Programa 15 de diciembre.....	114
Anexo 12.Programa 24 de Diciembre.....	114
Anexo 13.Programa 10 de noviembre.....	115
Anexo 14.Guion técnico del 6 de octubre.....	116
Anexo 15.Guion técnico del 6 de octubre.....	117
Anexo 16.Guion técnico del 15 de octubre.....	118
Anexo 17.Guion técnico del 22 octubre.....	119
Anexo 18.Guion técnico del 22 octubre.....	120
Anexo 19.Guion técnico del 29 octubre.....	121
Anexo 20.Planificación 3 de noviembre	122
Anexo 21.Guion 3 de noviembre	122
Anexo 22.Planificación 5 de noviembre	123
Anexo 23.Planificación 10 de noviembre	124
Anexo 24.Guion técnico 10 de noviembre.....	124
Anexo 25.Guion técnico 17 de noviembre.....	125
Anexo 26.Planificación 17 de marzo	126
Anexo 27.Guion técnico 19 de noviembre.....	126
Anexo 28.Planificación 30 de noviembre	127
Anexo 29.Guion técnico del 6 de octubre.....	127
Anexo 30.Guion técnico del 26 octubre.....	128
Anexo 31.Guion técnico del 30 de noviembre.....	129
Anexo 32.Planificación diciembre	130
Anexo 33.Guion técnico del 03diciembre.....	130
Anexo 34.Guion técnico del 8 de diciembre.....	131
Anexo 35.Guion técnico del 10 de diciembre.....	132
Anexo 36.Planificación del 15 y 17 de diciembre	132
Anexo 37,Guion técnico del 15 de diciembre.....	133
Anexo 38,Anexo 38 Guion técnico del 17 de diciembre	134

Anexo 39.Guion técnico del 7 de enero	135
Anexo 40.Guion técnico 2 de febrero	136
Anexo 41.Guion técnico del 5 de enero	137
Anexo 42.Guion técnico 4 de febrero	138
Anexo 43.Guion técnico de 9 de febrero.....	139
Anexo 44.Guion técnico del 11 de febrero	140
Anexo 45.Guion técnico del 16 de febrero	141
Anexo 46.Guion técnico del 18 de febrero	142
Anexo 47,Guion técnico del 23 de febrero	143
Anexo 48.Guion técnico del 25 de febrero	144
Anexo 49.Guion técnico del 2 de marzo.....	145
Anexo 50.Guion técnico del 4 de marzo.....	146
Anexo 51.Guion técnico del 9 de marzo.....	147
Anexo 52.Guion técnico del 29 octubre.....	148
Anexo 53.Guion técnico 16 de marzo.....	149
Anexo 54.Guion técnico del 18 de marzo.....	150
Anexo 55.Guion técnico del 23 de marzo.....	151
Anexo 56.Guion técnico del 29 octubre.....	152
Anexo 57.Guion técnico de 1 de abril.....	153
Anexo 58.Guion técnico del 6 de abril.....	154
Anexo 59.Guion técnico del 8 de abril.....	155
Anexo 60.Guion técnico del 13 de abril.....	156
Anexo 61.Guion técnico del 15 de abril.....	157
Anexo 62.Guion técnico del 20 de abril.....	158
Anexo 63.Guion técnico del 22 de abril.....	159
Anexo 64.Planificación del 17 y 19 de noviembre	160
Anexo 65.Guion técnico del 15 y 17 de diciembre	160
Anexo 66.Guion técnico del 7 de enero	161
Anexo 67.Guion técnico del 22 y 24 de diciembre	161

Anexo 68.Planificación del 2 y 4 de febrero.....	162
Anexo 69.Planificación del 9 y11 de febrero.....	162
Anexo 70.Planificación del 15 al 18 de febrero.....	163
Anexo 71.Planificación del 9 y 4 de febrero.....	163
Anexo 72.Planificación del 9 y 11 de febrero.....	164
Anexo 73.Planificación del 16 y 18 de febrero.....	164
Anexo 74.Planificación del 23 y 25 de febrero.....	165
Anexo 75.Planificación del 2 y 4 de marzo	165
Anexo 76.Planificación del 9 y 11 de marzo	166
Anexo 77,Planificación del16 y 18 de marzo	166
Anexo 78.Planificación del 22 y 25 de marzo	167
Anexo 79,Planificación del 30 y 1 de abril	167
Anexo 80.Planificación del6 y 8 de abril	168
Anexo 81.Planificación del 13 y 15 de abril	168
Anexo 82.Planificación del 20 y 22 de abril	169
Anexo 83.Informe de actividades de 2 al 5 de noviembre	170
Anexo 84.Informe de actividades de 23 al 27 de noviembre	171
Anexo 85.Informe de actividades del 16 al 19 de noviembre.....	172
Anexo 86.Informe de actividades de 1 al 4 de diciembre	173
Anexo 87.Informe de actividades de 1 al 4 de febrero.....	174
Anexo 88.Informe de actividades de 2 al 5 de noviembre	175
Anexo 89.Informe de actividades de 2 al 4 de febrero.....	176
Anexo 90.Informe de actividades del 30 de marzo al 1 de abril.....	177
Anexo 91.Informe de actividades del 6 al 9 de abril.....	178
Anexo 92.Informe de actividades del 23 al 25 de febrero	179
Anexo 93.Convocatoria Radio San Andres No. 01/2019	180
Anexo 94.Informe de actividades de 16 al 19 de noviembre.....	181
Anexo 95.Informe de actividades de 4 al 17 de diciembre	182
Anexo 96.Informe de actividades de 1 al 4 de diciembre	183

Anexo 97.Informe de actividades del 1 al 5 de febrero	184
Anexo 98.Informe de actividades del 9 al 11 de febrero	185
Anexo 99.Informe de actividades del16 al 18 de febrero	186
Anexo 100.Informe de actividades del 23 al 25 de febrero	187
Anexo 101.Informe de actividades 14 al 18 de diciembre.....	188
Anexo 102.Informe de actividades del 8 al 12 de marzo.....	189
Anexo 103.Informe de actividades del 15 al 18 de marzo.....	190
Anexo 104.Informe de actividades del 22 al 26 de marzo.....	191
Anexo 105.Informe de actividades del 12 al 15 de abril.....	192
Anexo 106.Informe de actividades del 19 al 22 de abril	193
Anexo 107.Guion técnico La Curiosidad 5 de octubre	194
Anexo 108.Guion técnico De 8 de octubre	194
Anexo 109.Guion técnico La Curiosidad mato al gato10 de octubre	195
Anexo 110.Guion técnico La Curiosidad mato al gato15 de Octubre	195
Anexo 111.Guion técnico La Curiosidad mato al gato20 de octubre	196
Anexo 112,Guion técnico La Curiosidad mato al gato 22 de octubre	196
Anexo 113.Guion tecnico La Curiosidad mato al gato 27 de octubre	197
Anexo 114.Guion técnico La Curiosidad mato al gato 27 de octubre	197
Anexo 115.Guion tecnico La Curiosidad mato al gato 29 de octubre	198
Anexo 116.Guion técnico La Curiosidad mato al gato5 de noviembre	198
Anexo 117.Guion técnico La Curiosidad mato al gato 10 de noviembre	199
Anexo 118.Guion técnico La Curiosidad mato al gato 12 de noviembre	199
Anexo 119.Guion técnico la curiosidad mato al gato 2 de febrero.....	200
Anexo 120.Guion técnico La Curiosidad mato al gato 17 de noviembre	200
Anexo 121.Guion técnico la curiosidad mato al gato 24 de noviembre	201
Anexo 122.Guion técnico la curiosidad mato al gato 24 de noviembre	201
Anexo 123.Guion técnico la curiosidad mato al gato 29 de noviembre	202
Anexo 124.Guion técnico la curiosidad mato al gato 1 de diciembre	202
Anexo 125.Guion técnico la curiosidad mato al gato 3 de diciembre	203

Anexo 126.Guion técnico la curiosidad mato al gato 8 de diciembre	203
Anexo 127.Guion técnico la curiosidad mato al gato 10 de diciembre	204
Anexo 128.Guion técnico la curiosidad mato al gato 15 de diciembre	204
Anexo 129.Guion técnico la curiosidad mato al gato 17 de diciembre	205
Anexo 130.Guion técnico la curiosidad mato al gato 24 de diciembre	205
Anexo 131.Guion técnico la curiosidad mato al gato 5 de enero.....	206
Anexo 132.Guion técnico la curiosidad mato al gato 7 de enero.....	206
Anexo 133.Guion técnico la curiosidad mato al gato 12 de enero.....	207
Anexo 134.Guion técnico la curiosidad mato al gato 14 de enero.....	208
Anexo 135.Guion técnico la curiosidad mato al gato 19 de enero.....	208
Anexo 136.Guion técnico la curiosidad mato al gato 26 de enero.....	209
Anexo 137.Guion técnico la curiosidad mato al gato 28de enero.....	209
Anexo 138.Guion técnico la curiosidad mato al gato 2 de febrero.....	210
Anexo 139.Guion tecnico la curiosidad mato al gato 4 de febrero.....	210
Anexo 140.Guion tecnico la curiosidad mato al gato 9 de febreo	211
Anexo 141.Guion tecnico la curiosidad mato al gato11 de febrero.....	211
Anexo 142.Guion técnico la curiosidad mato al gato18 de febrero.....	212
Anexo 143.Guion técnico la curiosidad mato al gato 11 de febrero.....	212
Anexo 144.Guion técnico la curiosidad mato al gato 18 de febrero.....	213
Anexo 145.Guion técnico la curiosidad mato al gato 23 de febrero.....	213
Anexo 146.Guion técnico la curiosidad mato al gato 25de febrero.....	214
Anexo 147.Guion técnico la curiosidad mato al gato 23 de febrero.....	214
Anexo 148.Guion técnico la curiosidad mato al gato 4 de marzo	215
Anexo 149.Guion tecnico la curiosidad mato al gato 9 de marzo	215
Anexo 150.Guion técnico la curiosidad mato al gato 11 de marzo	216
Anexo 151.Guion técnico la curiosidad mato al gato 16 de marzo	216
Anexo 152.Guion técnico la curiosidad mato al gato 18 de marzo	217
Anexo 153.Guion técnico la curiosidad mato al gato 25 de marzo	217
Anexo 154.Guion técnico la curiosidad mato al gato 1 de abril	218

Anexo 155.Guion técnico la curiosidad mato al gato 6 de abril	218
Anexo 156.Guion técnico la curiosidad mato al gato 8 de abril	219
Anexo 157.Guion técnico la curiosidad mato al gato 13 de abril	219
Anexo 158.Guion tecnico la curiosidad mato al gato 15 de abril	220
Anexo 159.Guion técnico la curiosidad mato al gato 20 de abril	220
Anexo 160.Guion técnico la curiosidad mato al gato 22 de abril	221

Resumen

El presente estudio titulado “Elaboración, producción y realización de la revista radial ¡Qué Bonita es Esta Vida! en la Radio Universitaria San Andrés 97.6 FM” expone el papel que tiene este medio de comunicación frente a la crisis del Covid-19. En tal sentido, este Trabajo Dirigido responde a la necesidad de contención psicológica en tiempos de pandemia implementando un programa radial.

Para lograr este cometido de manera óptima, el trabajo se enmarca en la matriz de la Dialéctica Crítica, el abordaje crítico, que asume “la comunicación como un lugar y un componente de la lucha por la liberación y las transformaciones sociales” (Torrice, 2016, p 90). De esta matriz deviene la Corriente Latinoamericana y una de sus teorías propositivas es la Comunicación para el Desarrollo, que consiste en democratizar la comunicación.

El contenido del programa ¡Qué Bonita es esta Vida! responde a una necesidad creciente de la sociedad, quienes al atravesar por una pandemia mundial, cuarentenas rígidas, y la incertidumbre de no saber qué es lo que pasará, buscan respuestas en diferentes medios. Asimismo, se indagó en la historia de la Radio Universitaria San Andrés, institución en la que se ejecutó el trabajo.

Esta investigación tiene un enfoque cualitativo, el método que utiliza es el análisis y síntesis puesto que se recabó y analizó toda la información posible para la emisión del programa ¡Qué Bonita es Esta Vida!; las técnicas empleadas fueron, el análisis documental y la entrevista.

El producto final pasó el proceso de pre-producción, producción y post producción, con elementos como los objetivos del programa, el porqué del nombre, la creación de los sectores que componen el mismo, su elección de colores y línea gráfica, hasta llegar al momento de la emisión en directo y la promoción en la página de Facebook.

Los resultados se midieron en el nivel de interacción de quienes seguían el programa en directo y en las reacciones de las publicaciones, las cuales fueron en promedio de 178 y 3696 personas respectivamente.

Palabras clave: Covid-19, contención psicológica, producción radial, radio revista.

Abstract

The present study entitled "Elaboration, production and realization of the radio magazine ¡Qué Bonita es Esta Vida! in the Radio Universitaria San Andrés 97.6 FM" exposes the role of this means of communication in the face of the Covid-19 crisis. In this sense, this Directed Work responds to the need of psychological containment in times of pandemic by implementing a radio program.

To optimally achieve this task, the work is framed in the matrix of Critical Dialectics, the critical approach, which assumes "communication as a place and a component of the struggle for liberation and social transformations" (Torrice, 2016, p 90). From this matrix comes the Latin American Current and one of its propositional theories is Communication for Development, which consists of democratizing communication.

The content of the program ¡Qué Bonita es esta Vida! Responds to a growing need of society, who when going through a global pandemic, rigid quarantines, and the uncertainty of not knowing what will happen, seek answers in different media. Likewise, the history of Radio Universitaria San Andrés, the institution where the work was carried out, was also investigated.

This research has a qualitative approach, the method used is the analysis and synthesis, since all possible information was collected and analyzed for the broadcasting of the program ¡Qué Bonita Es Esta Vida!

The final product went through the process of pre-production, production and post-production, with elements such as the objectives of the program, the reason for the name, the creation of the sectors that make up the program, the choice of colors and graphic line, until the moment of the live broadcast and the promotion on the Facebook page.

The results were measured in the level of interaction of those following the live program and in the reactions to the publications, which averaged 178 and 3696 people respectively.

Key words: Covid-19, psychological containment, radio production, radio magazine.

INTRODUCCIÓN

Introducción

El presente trabajo está enmarcado en el artículo 8 de Géneros Periodísticos del Reglamento de Trabajo Dirigido que se encuentra descrito en el Reglamento de Modalidades de Titulación de la Carrera de Comunicación Social UMSA, para esta labor se produjo una revista especializada, titulada *¡Qué Bonita es Esta Vida!*, la cual se realizó con el propósito de brindar contención psicológica en tiempos de pandemia, usó la radio como principal herramienta y por consiguiente los elementos radiofónicos que a esta corresponden.

Es importante destacar que el trabajo se realizó bajo la matriz de la Comunicación Crítica, el abordaje Crítico y el enfoque de la Comunicación Alternativa y Popular, desde la Corriente Latinoamericana, la misma que propone la Comunicación para el Desarrollo, que consiste en democratizar la comunicación y de esta deviene la Comunicación para la Salud, en la cual se enmarcó el presente trabajo.

De ahí la importancia de la comunicación horizontal que se empleó en el programa *¡Qué Bonita es Esta Vida!*, valiéndose de la red social Facebook la cual permitió interactuar con las personas durante la emisión de los programas en directo, toda vez que en un contexto de pandemia es imprescindible la democratización de la comunicación y sus contenido al servicio de la sociedad.

Otro aspecto a destacar es la importancia de la radio como un medio que informa, educa y motiva (Fundación Manuel Mejía, 2012) siendo este, según Sanguineti y Pereyra (2013, p 123), “el medio más cercano a la comunicación interpersonal, y establece una cercanía, una fuerte identificación, un vínculo emotivo, entre los interlocutores”.

Para lograr este efecto, la radio se vale de muchos elementos: el lenguaje radiofónico, es decir la palabra, los efectos, la música y el silencio; así también, se organiza en diferentes géneros y formatos, siempre siguiendo la premisa principal que es acompañar a los radio escuchas en su cotidianidad.

Más adelante, se expone el Marco Referencial, el cual explica cómo la radio Universitaria San Andrés llega a ser constituida y seguidamente cómo surge el programa ¡Qué Bonita es Esta Vida!, su creación, emisión y posterior adaptación de contenido con el fin de realizar este Trabajo Dirigido.

Dentro del Marco Metodológico, se plantea el diseño de la investigación que considera los métodos, las técnicas y estrategias específicas para la elaboración de la revista especializada, contemplando la pre-producción, producción y post producción.

En el proceso se realizó la respectiva planificación, revisión biográfica, coordinación y búsqueda de asesoramiento de psicólogos especialistas en diferentes áreas de esta ciencia para su posterior entrevista en directo; la creación de material de refuerzo como cápsulas y frases motivacionales, todas orientadas en una sola dirección: la contención psicológica en tiempos de pandemia.

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1. CAPÍTULO I ASPECTOS GENERALES

1.1 Descripción del problema

La radio en Bolivia cobró importancia desde el momento que llegó en 1929, cuando los hermanos Rodolfo y Enrique Costas lograron implementarla por primera vez con el nombre Radio Nacional, a los cuales se les otorgó una licencia (CPX).

Angevin, s.f., acota que más adelante en la historia, en un periodo de conflicto que se vivió en el país el año 1932, cuando estalla la Guerra del Chaco, se notó la ausencia de una radio del Estado que represente a Bolivia; al siguiente año en 1933, fruto de la labor del Gobierno y del Centro de Propaganda y Defensa Nacional se inaugura Radio Illimanicon los siguientes objetivos:

“1º, organizar un completo servicio de propaganda para el exterior, 2º, establecer una propaganda apropiada en el interior, junto con un servicio comercial y familiar, 3º, ponerse en contacto con la raza indígena ya sea aimara o quechua, en su propio idioma organizando conferencias y enseñanzas apropiadas que será amenizadas con variados programas musicales” (Angevin, s.f. p. 8).

En otro momento importante para la historia de la radio en Bolivia, Beltran (2005), indica que al término de la década de 1950 se había logrado formar una red 33 emisoras portadoras de la “vox populi”. Estas emisoras eran también conocidas como radios del pueblo, estaban dirigidas por mineros sindicalistas quienes sostenían su programación sin ningún tipo de experiencia previa. El autor ya citado en el presente párrafo expone cual fue el contenido de dichas emisoras que operaban de forma gratuita y libre.

“El micrófono abierto” al servicio de todos los ciudadanos que, si bien daban énfasis a información y comentarios sobre sus luchas contra la explotación y la opresión, hacían sus programas no sólo en socavones, ingenios mineros o sedes

sindicales, sino también en escuelas, iglesias, mercados, canchas deportivas y plazas, así como visitando hogares” (Beltrán, 2005 p. 7).

Como se aprecia en los párrafos anteriores, la radio tuvo un papel primordial en diferentes momentos de crisis en la historia de Bolivia, supo adecuarse de forma versátil con sus contenidos para apoyar diferentes causas, pero nada podía anticipar la crisis sanitaria por la que atraviesa la humanidad desde el 31 de diciembre de 2019 cuando se dio a conocer un caso de una neumonía vírica en Wuhan, República Popular China (Cronología de la respuesta de la OMS a la COVID-19, 2021). El cual, más adelante, sería denominado como Covid-19.

A raíz de la pandemia del Covid-19, la radio tradicional tuvo que hacer una rápida adaptación; en palabras de David Vega, operador de la radio San Andrés gestión 2020 “antes de la pandemia ya se contaba con el sistema remoto de Teamviewer¹, cuando empieza la pandemia se ve la forma creativa de continuar con la programación a través Streamyard² y usando diferentes aplicaciones”.

Así también, la MSc. Jannet Daza directora de la radio San Andrés, expresó cómo las medidas impuestas por el Gobierno y la institución a la que pertenece los obligó, por razones de bioseguridad, a confinarse en sus domicilios, pero esto no detuvo la programación, aunque si la afectó; “con la pandemia no se ha cortado la programación, pero ha disminuido porque por seguridad no se permitía que vengan los coordinadores y mucho menos los entrevistados”.

Por otro lado, la pandemia de la Covid-19 afecta al mundo en distintas áreas como la salud, la económica, la social y la psicológica. Vallejos et al (2020, p 2), acota que, aunque “por ahora los estudios se concentran en cómo el coronavirus ataca a nuestros

¹ **TeamViewer** es un programa, de acceso remoto rápido y seguro a ordenadores y redes.

² **StreamYard** es una plataforma online que te permite retransmitir vídeo en directo en diferentes plataformas sociales al mismo tiempo directamente desde tu navegador, sin necesidad de descargar ningún programa en tu ordenador.

órganos, también es necesario prestar atención a las secuelas que dejará en nuestra mente, (depresión, estrés, ansiedad, duelo, incertidumbre)”.

En tal sentido el presente trabajo dirigido responde a la necesidad de contención psicológica en tiempos de pandemia del Covid-19 implementando un programa radial que pueda responder a estas necesidades.

1.2. Justificación

- Justificación social

Considerando la importancia que tienen los medios de comunicación, en particular la radio difusión que a decir de López (1997), la radio es un medio casi íntimo, privado, que se conecta con los sentimientos y tiene un carácter de compañía personal. Compañía que todo ser humano requiere durante la pandemia porque tiene la necesidad de una contención emocional y apoyo psicológico para aprender a convivir y sobrellevar las emotividades en tiempos del Covid-19; más tratándose de las secuelas que deja la misma.

La crisis sanitaria que vive la humanidad en el mundo ha dejado en evidencia la falta de respuesta y apoyo psicológico personalizado desde las máximas autoridades de cada gobierno como lo develan los estudios llevados a cabo en China, Italia y España sobre la Covid-19 durante el primer trimestre de 2020, que mostraron niveles aumentados de síntomas depresivos, ansiedad y estrés, afectando a una de cada seis personas (Secuelas psicológicas por la pandemia de la COVID-19, 2021).

Del mismo modo, aunque no sistematizados estadísticamente hasta el momento en Bolivia, diferentes instituciones como el Colegio de Psicólogos de La Paz, la Caja Nacional de Salud, el Hospital del Sur, la Universidad Boliviana de Informática, el Gobierno Autónomo Departamental de La Paz, la Universidad Mayor de San Andrés entre otras, realizan servicios de atención en primeros auxilios psicológicos a través de diferentes medios, los cuales muestran una ausencia de presupuestos, protocolos y

servicios, pero sobre todo una crisis de salud mental a raíz de la pandemia del Covid-19 (Vallejos et al, 2020).

Al respecto, la Facultad de Ciencias Médicas de la Universidad Nacional de Asunción (2020) refirió que la comunicación es imprescindible en tiempos de pandemia porque acuden a fuentes confiables como la de expertos o especialistas en la materia y de esta manera ir disminuyendo la sensación de temor, pánico o ansiedad en la población.

Como respuesta a lo descrito en los párrafos anteriores de la presente investigación, se modifica el contenido de la revista miscelánea ¡Qué Bonita es Esta Vida!, transmutando a revista especializada con el objetivo de brindar mensajes comunicacionales destinados a la contención psicológica en tiempos de pandemia del Covid-19.³

- **Justificación económica**

Desde el punto de vista económico, una consulta médica en el área de psicología tiene en promedio un costo de 50 Bs a 350 Bs por sesión individual, dependiendo del caso del paciente, los expertos recomiendan un número de sesiones que serán determinadas por una evaluación y la evolución de quien consulta.

Según el psicólogo Ramiro Lizondo (2021), una consulta, una evaluación y un tratamiento tienen costos diferentes, los cuales pueden ser pactados entre el especialista y el paciente. El profesional explica que la duración de un tratamiento puede extenderse hasta un año, más o menos, esto depende de cuál sea el progreso de la persona.

El programa ¡Qué Bonita es Esta Vida! ayudó al radio escuchas que pidieron apoyo direccionándolos a instituciones y especialistas en el área, que brindaron la consulta, evaluación y tratamiento de manera gratuita; además el programa brindó información acerca de los efectos psicológicos que dejó la pandemia del Covid-19 y los cuidados que se requiere para preservar la salud mental.

³ La historia del programa Que Bonita es esta Vida se encuentra en el anexo 1

- **Justificación Temática**

En el ámbito temático el trabajo se enmarcó en la matriz de la Comunicación Crítica, el abordaje Crítico y el enfoque de la Comunicación Alternativa y Popular, que según Torrico (2016), señala que los sectores marginales y populares deben desarrollar una comunicación contestataria. Dentro de esa matriz se encuentra la Corriente Latinoamericana, la misma que propone la Comunicación para el Desarrollo, que consiste en democratizar la comunicación y de esta deviene la Comunicación para la Salud.

Estas teorías sirvieron para dirigir y enmarcar el trabajo. Desde el programa ¡Qué Bonita es Esta Vida! se trabajó con una comunicación horizontal, como propone la teoría que se describe en el párrafo anterior, los radioescuchas podían participar e interactuar directamente con los entrevistados y las conductoras, gracias a la ayuda de la red social Facebook, puesto que se transmitió por esta plataforma a través de streaming y al mismo tiempo que salió al aire por la radio FM.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Producir el programa radial ¡Qué bonita es esta vida!, enfocado en la contención psicológica en tiempos de pandemia del Covid-19 que será difundido a través de la radio San Andrés 97.6 FM y streaming por Facebook.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Describir los efectos psicológicos que dejó la pandemia del Covid-19.
- Realizar la pre-producción del programa radial ¡Qué bonita es esta vida!
- Ejecutar la producción del programa radial ¡Qué bonita es esta vida!
- Efectuar la post producción programa radial ¡Qué bonita es esta vida!

- Promocionar el programa radial ¡Qué bonita es esta vida! a través de la Radio San Andrés 97.6 FM y por la red social Facebook.
- Evaluar el alcance del programa radial ¡Qué bonita es esta vida

1.4. Alcances y Límites:

- **Alcances dentro de la institución.**

Dentro de la institución, al momento de realizar el trabajo se contó con todos los implementos necesarios, como equipos de ayuda para la elaboración de los programas.

- **Delimitación temporal**

El presente trabajo dirigido se realizó en el tiempo de 6 meses, en las gestiones de 2020-2021, desde que se aprobó el perfil.

- **Delimitación geográfica**

Lugar ciudad de La Paz, Carrera de Ciencias Sociales, Radio San Andrés 97.6.

- **Delimitación temática**

Programas de radio sobre temas de salud mental que desembocaron a raíz de la pandemia.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1. Corriente comunicacional

El presente trabajo se centra en la matriz de la Dialéctica Crítica que a decir de Torrico (2016), es un paradigma para “el conocimiento de lo social y su importancia se explica tanto porque se alzó como la versión radicalmente opuesta a las vertientes es tructural-funcionalistas como por sus aplicaciones y efectos político-concretos en la historia contemporánea” (Torrico, 2016, p 32).

El abordaje es el crítico, que asume “la comunicación como un lugar y un componente de la lucha por la liberación y las transformaciones sociales” (Torrico, 2016, p 90). El enfoque, según el autor mencionado, es la Comunicación Alternativa y Popular, que indica que los sectores marginales y populares deben desarrollar una comunicación contestaría.

De esta matriz deviene la Corriente Latinoamericana y una de sus teorías propositivas es la Comunicación para el Desarrollo, que consiste en democratizar la comunicación.

2.1.1. Comunicación para el desarrollo

La comunicación para el desarrollo, según Beltrán (2010), es “un proceso dirigido de profundo y acelerado cambio sociopolítico que genere transformaciones sustanciales en la economía, la ecología y la cultura de un país a fin de favorecer el avance moral y material de la mayoría de la población del mismo en condiciones de dignidad, justicia y libertad”.

Además, la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación COSUDE (2014), agregan que esta comunicación promueve la participación con instrumentos de comunicación interpersonal, comunitarios y tecnológicos.

La comunicación para el desarrollo se sub divide en cinco sub áreas: la comunicación para la salud; la comunicación educativa; la comunicación alternativa, popular o

comunitaria; la comunicación política; y la comunicación cultural. Este trabajo se enfocará en la comunicación para la salud.

2.1.2 Comunicación y salud

Para comprender de mejor forma la comunicación para la salud, que más adelante se explicará, es necesario describir qué se entiende como comunicación y cómo se denomina salud.

Mendez (2001), citado por Choque (2005), define a la comunicación como “un proceso mediante el cual dos o más personas, en un contexto determinado, ponen en común una información, ideas, emociones, habilidades mediante palabras, imágenes, etc., que les pueden permitir obtener, reafirmar o ampliar conocimientos anteriores” (Choque, 2005, p 8).

Por otro lado, la Organización Mundial de la Salud (2014), define a la salud como “un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades” (OMS, 2014, p 1).

2.1.3. Comunicación para la salud

Para Beltrán (2005, p 35), la comunicación para la salud es una estrategia planificada y sistemática de instrumentos de comunicación social que permiten a la población informarse sobre asuntos de salud, además, busca promover estilos de vida y de comportamiento compatibles con las necesidades, el bienestar y las finalidades del servicio.

Por otro lado, para González (2019), la comunicación para la salud es entendida “como un espacio tanto de producción de conocimiento y de intervención en y con la comunidad para lograr alcanzar mejores niveles de salud en nuestras sociedades” (p 22).

Asimismo, Choque (2005), añade que el uso de medios informativos y multimedia, entre otros, aumentan la concienciación sobre aspectos específicos de la salud. Entonces, “la comunicación para la salud se convierte en un elemento cada vez más importante en la

consecución de un mayor empoderamiento para la salud de los individuos y las comunidades” (Choque, 2005, p 8).

2.2. Psicología social de la Comunicación

La psicología social de la comunicación en palabras de Rizo (2006), es una disciplina que aborda temas relacionados con la influencia social, la interacción, la relación entre el ambiente y el comportamiento, y la comunicación humana, entre otros, que serán de especial interés para poder explicar cómo los medios masivos influyeron en la psique de la sociedad durante la pandemia.

La importancia de la psicología social de la comunicación en tiempos de pandemia, según Román (2020), es que todos los cambios exigen una carga a nivel psíquico, que puede desplegarse en mayor o menor grado según cada persona, en temas como toma de decisiones, liderazgo, estrés, comunicación eficaz, actitudes, comportamientos.

Al respecto, la Facultad de Ciencias Médicas de la Universidad Nacional de Asunción (2020), refirió que la comunicación es imprescindible en tiempos de pandemia porque

acude a fuentes confiables, como la de expertos o especialistas en la materia; de esta manera ayuda a disminuir la sensación de temor, pánico o ansiedad en la población.

Román (2020), resalta que la psicología social de la comunicación es contribuir en los formadores de opinión pública, líderes y agentes de medios de comunicación refiriéndose a las declaraciones de la Organización Mundial de la Salud - OMS que “considera que la comunicación sanitaria tiene relevancia para prácticamente todos los aspectos de la salud y el bienestar, incluida la prevención de enfermedades, la promoción de la salud y la calidad de vida” (Romá, 2020, párr. 5).

2.3. La radio

La radio, definida por Armand Mattelart, citado por Sanguinetti y Pereyra (2013, p 15), es “el medio de comunicación más persuasivo, por alcanzar especialmente a los sectores más bajos de la población en mayor medida que los otros medios”. López (1997), agregaque es un medio casi íntimo, privado, que se conecta con los sentimientos y tiene un carácter de compañía personal.

Por otro lado, Haye, citado por Sanguinetti y Pereyra (2013), entienden a la radio desde dos puntos: 1) La radio entendida como medio de difusión, es decir, “medio como canal de transmisión de mensajes que buscan objetivos definidos; y 2) la radio como práctica significativa, un espacio en el cual los actores ponen en juego diferentes competencias produciendo conjuntamente el sentido” (Sanguinetti y Pereyra, 2013, p 15).

Según la Fundación Manuel Mejía (2012), la radio cumple tres funciones: informar, educar y motivar. Asimismo, de acuerdo a Legorburu (2001) y Sanguinetti y Pereyra (2013), la radio cuenta con características entre ventajas y desventajas.

Las ventajas que proponen los autores citados son: inmediatez, rapidez, simultaneidad, proximidad, convivencia, la empatía y la capacidad de sugestión. Las desventajas son: la fugacidad, la incapacidad de elección y la limitación del tiempo.

- **Inmediatez/Rapidez:** se refiere a que la llegada del mensaje llega de inmediato al destinatario.
- **Simultaneidad:** el proceso de emisión y recepción se da de manera simultánea.
- **Proximidad:** la radio tiene la capacidad de trasladarse junto al oyente a través de la voz.
- **Convivencia:** acompaña al radio escucha en su cotidianidad.
- **Empatía:** “la radio es un medio caliente que requiere la participación del receptor para crear a partir de su memoria e imaginación las imágenes con los signos acústicos que el medio envía” (Sanguinetti y Pereyra, 2013, p 123).
- **La capacidad de sugestión:** La radio crea un nuevo espacio, el de la mente, el oyente debe crear las imágenes mentalmente.
- **Fugacidad:** los mensajes en radio son efímeros, únicos e irrepetibles.
- **La incapacidad de elección:** el oyente no puede elegir lo que escuchará.
- **La limitación del tiempo:** la radio tiene un tiempo limitado, el tiempo es oro.

Para Sanguinetti y Pereyra (2013, p 123), si a lo descrito agregamos “factores psicológicos que hablen del poder de sugestión y persuasión que tienen los mensajes sonoros, podemos decir que la radio es el medio más cercano a la comunicación interpersonal, ya que establece una cercanía, una fuerte identificación, un vínculo emotivo, entre los interlocutores”.

En el mismo sentido, Dávila y Portugal (2018), citando a Prieto (1998), acotan que la radio tradicional está vigente más allá de sus contenidos; porque alcanza audiencias con quienes construye sentidos, a partir del proyecto comunicaciones que posee, al mismo tiempo los autores ya mencionados reflexionan sobre los retos que tiene la misma

haciendo un contraste con la radio on line que aprovecha la tecnología para funcionar en una plataforma virtual.

2.3.1. La radio por internet y sus herramientas

De la radio convencional surge la radio a través de internet, que con el paso del tiempo se fue ganando espacio propio y ahora convergen ambas radios entre sí.

Olivo (2016), explica que la tecnología ha estado muy relacionada con las condiciones de la humanidad psicológicas y sociales, estas tecnologías invaden el panorama social, la intimidad del ser físico y psicológico. “Se ha demostrado que tenemos poder para sembrar el caos en el orden social y psicológico, el reto es dar sentido a estos cambios y discernir las nuevas condiciones para mantener la estabilidad y el orden social” (Olivo, 2016, p 32). Campos (2008), citado por Olivo (2016), menciona que las redes sociales y los medios online entran a ser parte del panorama mediático de la sociedad. Además, Olivo (2016, p 43), menciona que hay distintas herramientas de datos que sirven como soporte, entre ellas:

- El Streaming, que es la transferencia de datos de una manera continua y constante, permite reproducción y descarga en audio y video.
- Broadcast, una manera de difusión de audio y video de manera simultánea.
- Podcast, de la palabra Pod, cápsula y broadcasting, radiodifusión, se vincula principalmente a la descarga de programas de radio o audios en formato MP3.

2.4. Lenguaje radiofónico

Según la Fundación Manuel Mejía (2012, p 13), el lenguaje radiofónico lo constituyen diferentes elementos que, combinados entre sí, hacen posible estructurar un mensaje radial”.

De acuerdo a López (1997), hay tres elementos del lenguaje radiofónico que son: la palabra, los efectos y la música. También está el silencio, López (1997) considera que no es un elemento individual, sino que es parte de los primeros tres. Mientras que la Fundación Manuel Mejía (2012) y Sanguinetti y Pereyra (2013), si incorporan al silencio dentro del lenguaje radial.

2.4.1. La palabra

Para López (1997) y la Fundación Manuel Mejía (2012), la palabra informa, explica, dialoga, acompaña y genera ideas y ocupa el 99% de la expresión radiofónica. La voz se destaca dentro de los tres elementos del lenguaje radiofónico por ser la que más se dirige a la razón del oyente. Asimismo, son las palabras las portadoras de los mensajes y los sentidos, contribuye a que el ser humano se conozca a sí mismo e investigue su entorno y que pueda comunicarse con los demás.

Las palabras se clasifican en tres tipos de lenguaje: 1) lenguaje activo, palabras que la gente usa en su vida diaria; 2) lenguaje pasivo, palabras que la gente entiende, pero no usa frecuentemente; y 3) lenguaje dominante, palabras que la gente ni usa ni entiende. “¿Qué lenguaje usar por radio? Sin duda, el activo. El que se habla en el mercado, en la cocina, en el autobús. El pasivo, también. Precisamente, en la franja de palabras que se entienden, aunque no se utilicen demasiado, tenemos un horizonte pedagógico que nos permite ir ampliando el vocabulario del oyente” (López, 1997, p 43).

Por su parte, la Fundación Manuel Mejía (2012), indica que se debe usar un lenguaje claro y directo; y un estilo cortado, sencillo y coloquial, es decir usar oraciones cortas, palabras fáciles, establecer una conversación con el oyente.

2.4.2. Los efectos

Para López (1997) y la Fundación Manuel Mejía (2012), los efectos son los encargados de describir los ambientes, pintan el paisaje de una situación, ponen escenografía, se

encargan de hacer ver al oyente con la imaginación. Los efectos de sonido actúan sin la necesidad de palabra, es un elemento indispensable en radio, refuerza lo que dice el locutor.

Asimismo, Castro y Duarte (2014), explica que los efectos pueden ser naturales, ahí se incluyen los sonidos humanos. Por tanto, también están los efectos creados específicamente para algún fin. “Se pueden registrar, crear o recrear y su comprensión dependerá del marco referencial del oyente y del uso dentro del contexto narrativo” (Castro y Durante, 2014, p 252).

2.4.3. La música

La música puede cumplir con la función de ambientación, su característica principal es crear un clima emotivo. La música habla a los sentimientos del radio escucha (López, 1997). Asimismo, la Fundación Manuel Mejía (2012), agrega que crea, refleja pautas y valores sociales; la música cumple cuatro funciones: identificación, identifica los programas; ambientación, crea atmosfera emocional; y puntuación o inserciones musicales.

En la misma línea, Castro y Duarte (2014), añaden que la música tiene una expresión estética y se usa como un código de dos formas: como ente independiente con significado propio o como inserción musical, entre ellas: la cortina, el puente, la ráfaga y el fondo.

- Inserciones Musicales

Según Castro (2014), citado por Castro y Duarte (2014, p 251), se denomina inserciones musicales a aquel sonido que como música va metido en algo, además son todos aquellos sonidos humanos o instrumentales que sirven de apoyo para la construcción de un mensaje radiofónico.

Asimismo, la Fundación Manuel Mejía (2012, pp15-16), describe algunas inserciones musicales.

- **La cortina**, es de corta duración, de 5 a 15 segundos, se usa para separar bloques o escenas de los programas.
- **El puente**, equivale a un punto seguido.
- **La ráfaga**, es más breve que la cortina, se usa para destacar un estado de ánimo.
- **El fondo**, es la música en segundo plano.

2.4.4. El silencio

En cuanto al silencio, López (1997), explica que hay que distinguir entre bache y pausa. Un bache es peligroso en la comunicación, mientras que un silencio puede ayudar a dar suspenso a una situación determinada. “La pausa está cargada de sentido. Todas las emociones se intensifican con pausas oportunas que las siguen o preceden” (López, 1997, p 37).

Castro y Duarte (2014, p 253), agregan que “el silencio posee la propiedad de valorar los sonidos precedentes y consecuentes a él”. Del mismo modo, la Fundación Manuel Mejía (2012), destaca dos clases de silencio: 1) Absolutos, se refiere a la ausencia de palabras y 2) Relativos, ilustran efectos.

2.5. Géneros y formatos de la radio

Para López (1997) es importante responder a qué sugieren estas dos palabras, género y formato. Los géneros son los modelos abstractos. Los formatos, los moldes concretos de realización. Según este autor, casi todos los formatos podrían servir para casi todos los géneros.

Por otra parte, Kaplún (1978, p 155) los agrupa en dos grandes géneros: los musicales y los hablados, sea que en ellos predomine netamente bien la música o bien la palabra. Sin embargo, el trabajo se guiará por el esquema que propone López, (1997, p 131), quien organiza la producción radiofónica en tres grandes géneros fundacionales: el dramático, el periodístico y el musical.

2.5.1. Género dramático

El género dramático se inspira muchas veces en hechos reales, pero se centra en la ficción, en el terreno de la imaginación, trabaja con lo que podría pasar, pero al mismo tiempo debe ser creíble. Este género tiene relación con los valores y la ética (López, 1997). Por lo anterior citado, cobra mayor importancia la voz porque es la encargada de transmitir emociones.

Asimismo, el género dramático es “utilizado para contar historias reales o de ficción con una tendencia narrativa impuesta a través de la voz de sus locutores, que precisamente tienen el trabajo de sensibilizar al oyente con el mensaje transmitido” (Yrrazabal, 2019, p 3).

Para López (1997), el género dramático abarca bastantes y variados formatos divididos en tres categorías: en la forma teatral, en la forma narrativa y en las formas combinadas.

- **En la forma teatral** tenemos los radioteatros, radionovelas, series, sociodramas, sketches cómicos, personificaciones.
- **En la forma narrativa** los cuentos, leyendas, tradiciones, mitos, fábulas, parábolas, relatos históricos, chistes.
- **En las formas combinadas** las noticias dramatizadas, cartas dramatizadas, poemas vivos, historias de canciones y radio clips, testimonios con reconstrucción de hecho.

2.5.2. Género periodístico

Según López (1997, p 131), el género periodístico se puede dividir en tres subgéneros: el periodismo informativo, el de opinión y el interpretativo o el periodismo investigativo.

Este género también abarca muchos formatos distribuidos dentro de sus subgéneros.

- **El periodismo informativo** notas simples y ampliadas, crónicas, semblanzas, boletines.

- **El periodismo de opinión** comentarios y editoriales, debates, paneles.
- **El periodismo interpretativo** e investigativo, el formato que más se trabaja es el reportaje.

Dentro de la labor periodística intervienen cuatro funciones que se implican mutuamente: enterar, explicar, valorar y relevar, estos son aspectos, más o menos acentuados.

2.5.3. Género musical

López (1997), explica que el género musical tiene relación con la belleza, con la estética, la verdad y con la expresión pura de los sentimientos; a diferencia de los otros géneros que se ocupaban de la bondad y la verdad.

El autor, agrega que los formatos de este género también son variados, como: “programas de variedades musicales, estrenos, música del recuerdo, programas de un solo ritmo, programas de un solo intérprete, recitales, festivales, rankings, complacencias” (López, 1997, p 134).

Tanto López (1997) como Kaplún (1978) hacen hincapié en recalcar que cada uno es libre de crear lo que falte a cada género. Cada formato radiofónico tiene sus leyes, sus pautas aceptadas por el público, tras muchos años de experimentación.

Por otro lado, López (1997), explica que existe un formato amplio, híbrido y capaz de englobar a los demás, este es la radio revista, definida por el autor como programa ómnibus. Este formato será el eje principal que guiará el presente trabajo dirigido y se explicará más adelante.

2.6. Diseño de un programa radial

El diseño es importante al momento de realizar un programa tanto radiofónico o de cualquier índole. Con la estructura, con el contenido que tenga, con el género que adopte se busca relacionar y mantener entre si las partes de un todo.

Anchivilca (2003), propone ocho pasos para diseñar un programa radial: definir el público objetivo, conocer al público oyente, definir los objetivos del programa, elegir los temas del programa, definir las características formales del programa, establecer relación con el público oyente, decidir el estilo del programa: tipo de locución y música, y estructura del programa radial.

A continuación, se desglosarán los ocho pasos que propone el autor citado para diseñar un programa radial:

1) Definir el público objetivo La audiencia de la radio debe ser segmentada, mientras algunos escuchan radio por la mañana, otros por la tarde o por la noche. “Las personas que nos interesa que escuchen el programa radial. Hay un sector al que nos interesa llegar con prioridad, ése es nuestro Público Objetivo Principal” (Anchivilca, 2003, p 4). También se puede definir al Público Objetivo Secundario, que son las personas que por estar vinculadas a nuestro público escucharán el programa.

Además, Castro y Duarte (2014), añaden que la audiencia radiofónica es tan diversa como debería ser la programación de una radio y se la puede segmentar de acuerdo a la edad, sexo, nivel socioeconómico, raza, credo, ideología, etc., y advierte que no siempre la segmentación de las audiencias se cumple a cabalidad porque se puede encontrar distintos tipos de radioescuchas.

2) Conocer al público oyente. Este punto es importante ya que recaba datos del público al cual se debe llegar, además esta información debe ser actualizada periódicamente.

3) Definir los objetivos del programa. - De acuerdo con Anchivilca (2003), para definir los objetivos se debe considerar dos aspectos: qué es lo que quiere el público y qué queremos ofrecerle nosotros al público.

4) Temas del programa. - Para ordenar mejor este punto primero se definen los temas principales o ejes temáticos y en cada uno de ellos sus sub-temas.

5) Características formales del programa. - Las características que propone el autor, mencionado en párrafos anteriores, son seis: el horario; la duración; la frecuencia, es decir la periodicidad de la emisión; el nombre, este resume y expresa lo que quiere el programa; el género, que determina cómo se quiere llegar al público; y la emisora.

6) Relación con el público oyente. - Se refiere a la participación que el oyente tiene con el programa, la misma se puede dar en tres tiempos: antes de la emisión, proponiendo temas; durante la emisión, con comentarios; después de la emisión, convocándolos a reuniones en las que opinen a cerca del programa.

7) Estilo del programa: tipo de locución y música. - En este punto el autor define tres aspectos: 1) el número y sexo de los conductores; 2) el estilo de relación de los conductores con la audiencia y 3) la línea musical del programa.

8) Estructura del programa radial. - Tiene que ver con la personalidad del programa. Anchivilca (2003), propone seguir tres pasos: elegir los formatos, definir los bloques o secciones de programas y armar la estructura, aquí se deben considerar los tiempos de los temas musicales.

2.7. La radio revista

Como se mencionó la radio revista será el formato que guie el presente trabajo dirigido. Para Valdés (1989, p 287), la radio revista “se nutre y abarca como ninguno a todos los demás. Pues en él tiene cabida prácticamente todas las formas periodísticas que pueden emplearse en radio”. Por otro lado, López (2005, p., 400), plantea la importancia de la preparación y el carisma del conductor. “Es un talento, se nace con él, también se entrena”.

Así también, López (1997, p 85), en su libro Radialitas Apasionados, explica la importancia de la radio revista y asegura que no es un género nuevo, sino que abarca a varios subgéneros para producir un programa con variedad y veracidad.

Sin embargo, Robleto y Zamora (2015, p 14), mencionan que la radio revista no tiene un nacimiento como tal, porque es mezcla de varios segmentos radiales y existentes, donde se unen y ofrecen variedad. Por lo tanto, logra que el oyente se identifique, y al mismo tiempo, la radio revista tiene la capacidad de formar un recipiente donde todo cabe, es decir tener formatos de todos los géneros, tener un tema que atraiga y logre que el oyente se identifique con él.

Asimismo, la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica - Aler (2009, p10), explica que la elaboración de una radio revista debe mantenerse con base en la definición del público y de los temas que los locutores quieran transmitir.

En ese entendido, la radio revista puede trabajar con diversas herramientas y contenidos que podrían ser amplios, que no solo se pueden dar por la incorporación de géneros y formatos, si no por el interés que tiene el radio escucha.

Según Aler (2009), las revistas se pueden clasificar según los temas, según los públicos y según los horarios. Por otro lado, López (1997) y Kaplún (1999), agregan a esta clasificación una revista llamada miscelánea.

- **Rádios revistas según los temas**

Estas revistas pueden ser: deportivas, musicales, culturales, políticas o de educación ciudadana.

- **Rádios revistas según los públicos**

Estas pueden ser juveniles, infantiles, comunitarias, campesinas o de mujeres.

- **Rádios revistas según los horarios**

Están las revistas matinales, vespertinas y nocturnas.

- **Revista Miscelanea**

Esta radio revista abarca múltiples formatos como: cuñas, debates, entrevistas, etc. Kaplún (1999, p 168), en el texto Producción de Programas de Radio, resalta que

“existe también en radio una amplia gama de programas hablados que pueden denominarse mixtos, con base de temas y secciones variadas a enfatizar; de hecho, a veces, es complicado en el momento de definir dado que su característica es la variedad.

2.7.1. La estructura de una radio revista

Aler (2009), explica que si bien la radio revista abarca muchos formatos no significa que se presenten todos de forma desordenada, sino más bien debe tener dinamismo, un diálogo ameno de los conductores, uso inteligente de los recursos y debe contar con la participación de la audiencia. Asimismo, la revista por su estructura se puede clasificar en dos tipos: la revista de media hora y la revista de una hora.

A) Revista de media hora. - Cada revista debe tener un tema central, este será el cuerpo de la revista y para desarrollarlo primero, se debe conocer el tema y segundo, se debe analizar el tema. Además, es recomendable usar recursos dramáticos para despertar el interés del oyente. Estas revistas se dividen por secciones, que debido al tiempo pueden llegar a ser solo dos, la primera será la más larga y de mayor importancia y la segunda, más breve con una sección fija como una entrevista, un noticiero, una charla, etc.

López (2005, p 244), menciona que a diferencia de las programaciones de 3 o 4 horas como son algunas revistas misceláneas, en donde además de la persistencia del conductor y la dinámica informativa, las radios revistas de 30 minutos sugieren la necesidad de más programas diariamente, semanal o mensualmente, esto debido a que tiene que mantener, una postura para llegar a más gente.

B) Revista de una hora. - Este tipo de revistas suelen armarse con secciones fijas y variables, dos o tres son suficientes. Es importante mantener el orden en el programa y al mismo tiempo debe ser dinámico, Aler (2009), recomienda apoyarse en la música. Para esta revista, tanto como para la primera, se requiere de un guion que marque el tiempo de los sectores.

En cualquier tipo de programa, se habla del tiempo, porque en radio así sea un programa de cuatro horas, dos o una hora de contenido, el tiempo es muy importante al momento de ejecutarlo.

Para complementar, López (2006), responde a la pregunta ¿cuánto tiempo, ¿cuántas veces?, según el autor se arman espacios de tres, cuatro y más horas. Algunas emisoras dividen su programación dependiendo de sus horas y su tiempo, estos son los bloques fundamentales que podrían ser mañana, tarde, noche y madrugada.

2.8. La entrevista

La entrevista, por lo general, es un diálogo que está basado en preguntas y respuestas, lo cual lo convierte en interesante, dinámica y en la que el entrevistador debe demostrar habilidad para manejar con agilidad, ingenio y destreza.

Para Sanguineti y Pereyra (2013, p163), la entrevista es “una relación por medio de la cual se accede al universo de significaciones del entrevistado a través de verbalizaciones”. Asimismo, indican que las entrevistas deben tener un objetivo, por ejemplo, si la entrevista tiene razones terapéuticas o pedagógicas, como es el caso de este trabajo, el objetivo fundamental será el uso de estos diálogos en diagnósticos que puedan ayudar a tratamientos o a pautas de enseñanza-aprendizaje.

En la misma línea, Kaplún (1999, p 291), menciona que “actualmente no se concibe una programación periodística sin entrevista”. En este entendido, un programa, así sea de corta o de larga duración, funcionará mejor con una entrevista dentro. El autor advierte de la importancia de tener entrevistas, pero no cualquiera, sino una que comparta con el público y lo haga partícipe en el programa.

Es importante la elección del invitado o invitada o de los invitados. Kaplún (1999, p 292), menciona que lograr una buena entrevista no es fácil, esta requiere tres elementos importantes: el entrevistador, el entrevistado y el tema.

- a) El entrevistador: capaz de encaminar una entrevista como se la planea, con anticipación.
- b) El entrevistado: didáctico, que pueda expresar con claridad las respuestas.
- c) El tema: como elemento de conexión con el entrevistador y el entrevistado.

Para tener más claridad el entrevistador tiene que preguntarse siempre quién es su entrevistado, por qué quiere que los oyentes lo escuchen y lo atiendan, al mismo tiempo, tiene que ver que su entrevistado sea una persona que aporte algo durante la entrevista.

En la misma línea, Aler (2009), explica que las entrevistas son útiles para conocer profundamente el tema a tratar; para movilizar voluntades, convocar a la acción; y para fortalecer las identidades populares. Además, menciona que la entrevista tiene tres tiempos: antes de la entrevista, durante la entrevista y después de la entrevista.

- **Antes de la entrevista**, se debe definir el tema, seleccionar al entrevistado y pensar y ordenar las preguntas, es decir realizar una planificación previa.
- **Durante de la entrevista**, se debe tener las preguntas claras; crear un clima de confianza con el entrevistado; escuchar atentamente sus respuestas; hacer preguntas interesantes, hablar en lenguaje claro, entendible; ir al punto, mantener un tono vivo, ágil y animado; y por último, realizar un buen cierre de la entrevista.
- **Después de la entrevista**, se debe editar si la entrevista es grabada.

2.8.1. Tipos de entrevista

Para Kaplun (1999), las entrevistas pueden ser grabadas o en directo “en vivo”, en estudio o en exteriores; también están las entrevistas individuales y colectivas; y las entrevistas preparadas, espontaneas y completamente escritas.

- **Entrevista grabada vs entrevista en directo**

La entrevista grabada puede ser registrada en el mismo estudio de la estación de radio o bien en exteriores. Técnicamente, la entrevista grabada en el estudio es superior: sale nítida, limpia sin ruidos, con las voces bien equilibradas de tono y de volumen, para resaltar, Kaplún (1999, p 293), menciona que las entrevistas grabadas adquieren más valor de documento, trasladan al oyente al lugar donde el entrevistado vive, actúa y trabaja.

Por el contrario, la entrevista que se desarrolla en directo tendrá una mejor preparación del tema, una previa coordinación entre el entrevistador y el entrevistado, de modo que esta no salga de manera improvisada.

- **Entrevistas espontaneas**

Estas por lo general se realizan con muy poca o nada de preparación. Son de interés actual, por ejemplo, las entrevistas que se realizan en una reunión o asamblea.

- **Entrevistas preparadas**

Estas entrevistas se ubican en un punto medio, entre las espontaneas y las completamente escritas, en estas se dialoga previamente con el entrevistado, se discute que tipo de esquema seguirá la entrevista.

- **Entrevistas completamente escritas**

Este tipo de entrevistas se usan cuando el entrevistado es una persona que posee mucho conocimiento, pero poca facilidad de espontaneidad al hablar, se escriben las preguntas a fin de que el entrevistado las responda. No es muy recomendable por ser muy rígida. En general, se entiende que la entrevista tiene que tener la habilidad de poder hacer sentir al oyente participe de la entrevista a pesar de la distancia.

Por otro lado, Aler (2009) y la Fundación Manuel Mejía (2012), explican que existen diferentes tres tipos de preguntas, que son las más usuales, para abordar una entrevista: de aclaración, de análisis y de acción.

- **Preguntas de aclaración.** - Sirven para conocer más datos sobre el tema o la investigación que se trata.
- **Preguntas de análisis.** - Se usan para conocer mejor los problemas, para descubrir las causas y averiguar el porqué de las mismas.
- **Preguntas de acción.** - Sirven para promover la participación de los oyentes.

Kaplún (1999) recomienda ciertas condiciones para una buena entrevista, estas son:

- **Prepararse previamente**

Lo primero a realizarse antes de ir o hacer una entrevista es investigar, prepararse, asociarse con el tema en cuestión.

- **Tener claro el tema y el objetivo**

Tener claro el tema del cual se hablará en la entrevista, utilizando un objetivo con el entrevistado; ejemplo, si el entrevistado es alguien de amplio conocimiento, y en ocasiones puede que se salga del tema, el entrevistador es quien debe guiarlo, y tratar de conseguir las respuestas exactas.

- **Preparar al entrevistado**

Directamente en este punto, la necesidad principal es conseguir una buena comunicación con el entrevistado. Lo más factible es prepararlo, ¿de qué manera?, dándole pautas y preguntas anticipadas en caso de necesitar datos exactos.

- **No ensayar la entrevista**

Un punto importante es preparar la entrevista con el entrevistado, esto no significa ensayarla anticipadamente porque se corre el riesgo de tener fracasos y de parecer una entrevista artificial.

- **Ponerse al nivel del oyente medio**

Wolff, citado por Kaplún (1999, p 300), recomienda tomar en cuenta y tener muy claro que en la entrevista no hay solo dos participantes sino tres, uno que es el entrevistador, dos el entrevistado y tres el oyente.

- **Establecer un ambiente relajado**

Es importante conseguir un ambiente tranquilo con el entrevistado, que se sienta cómodo y a gusto, es decir el entrevistador no debe olvidar que él ya está acostumbrado a hablar en público, mientras que el entrevistado posiblemente no, incluso podría ser su primera vez ante un micrófono, por lo mismo es la insistencia de la comodidad.

- **Presentar al entrevistado**

Para comenzar la entrevista es necesario presentar primero al entrevistado, quién es, a qué se dedica, es decir realizar un previo antecedente.

- **Tono coloquial**

Significa tener una entrevista natural antes de entrar en el tema de fondo.

- **Ser fluido; encadenar las preguntas**

En este punto es necesario realizar un dialogo, con fluidez, evitando los baches y posibles silencios que no ayudan a cumplir con el objetivo.

- **Interrumpir justificadamente**

El entrevistador debe tener muy en cuenta que a la hora de la entrevista no es necesario las interrupciones a menos que sea para encaminar al entrevistado.

- **Mantener el dominio de la entrevista**

Esto se refiere al entrevistador, que por ende llevará la dirección para que el entrevistado participe, pasando al siguiente tema sin cortarle la palabra.

- **No hacer preguntas dirigidas**

Kaplún (1999), menciona que son importantes las siguientes observaciones como preguntar y responderse a si mismo durante la entrevista, no hacer afirmaciones disfrazadas de preguntas, no hacer preguntas que responda con sí o no, es decir cerradas, se deben realizar preguntas abiertas, tales como ¿qué? ¿cómo? ¿dónde? ¿cuándo? y ¿por qué?

- **Ser sobrio**

“El buen entrevistador no se auto promueve, no se pone en primer plano. Se ubica en un papel modesto” (Kaplún, 1999, p305).

- **El trato al entrevistado**

El entrevistado debe tener, un trato tranquilo con amabilidad y por supuesto, de ninguna manera él debe ser sometido o expuesto a humillaciones, a pesar de ser accidentalmente, por lo tanto, la tarea del entrevistador es tratarlo con calidez, cordialidad, demostrando el interés que se merece el entrevistado.

- **Preguntas cortas**

El entrevistador debe formular preguntas cortas, y claras, para no tener respuestas, largas, y así lograr un verdadero momento de dialogo.

- **Una pregunta por vez**

Nunca debe preguntarse más que una sola cosa por vez. Si se hacen varias preguntas juntas, la entrevista se torna desordenada y confusa, cosa que no debe suceder, al momento de cualquier tipo de entrevista (Kaplún 1999).

- **No hacer preguntas demasiado amplias y generales**

El entrevistador solo debe realizar preguntas que pueda responder el entrevistado, o salga de su entorno, es mejor que el entrevistador evite las preguntas amplias.

- **¿Cuánto debe durar una entrevista?**

Para Kaplún (1999, p308), en casi todos los formatos de radio, el gran enemigo suele ser el tiempo. Por lo general la entrevista necesita tiempo recomendable de diez o doce minutos, un poco más, pero en radio tampoco puede ser una hora en ese caso se le debe ajustar razonablemente.

- **Pensar en el oyente**

En este punto el entrevistador debe tener claro que la entrevista no se la realiza para complacer al entrevistado, ni a su persona, se hace la para satisfacer al oyente. Kaplún (1999, p 309), recomienda realizase las siguientes preguntas “¿esto a quedado claro; se a entendido? ¿esto otro a quedado suficiente mente subrayado?”

2.9. La Cápsula

A continuación, se hablará de la cápsula radial, que a su vez formo parte del presente Trabajo Dirigido, como un sector más dentro de la revista, se tratará el concepto y puntos importantes acerca la misma.

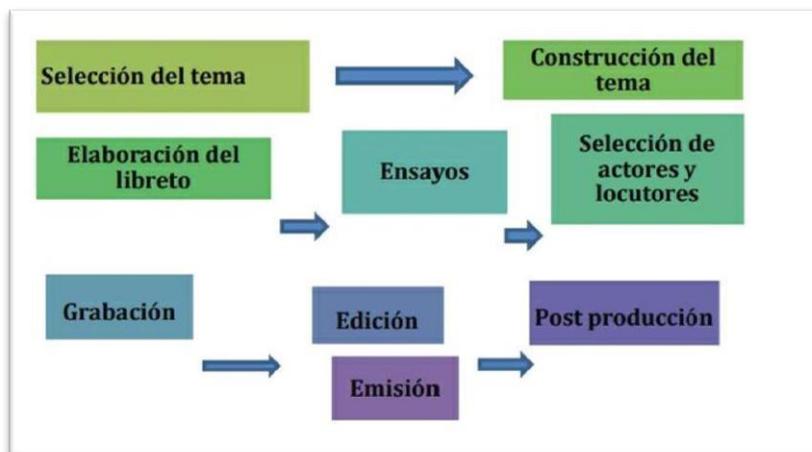
La cápsula radial puede ser entendida para Naula (2020) y Méndez (2017), como un elemento radiofónico que comprende información sintetizada y simplificada acerca de

un tema de interés general, asimismo su objetivo es emitir un mensaje claro y conciso en un breve lapso de tiempo que oscila entre los 45 segundos a 3 minutos, de esta manera coinciden los autores.

Cabe recalcar que al ser el tiempo limitado el mensaje deberá ser determinado, su “objetivo persigue entregar una sola idea fuerza que motive y lleve a la acción a la audiencia mediante la comprensión de ésta” (Méndez, 2017, p 188).

El autor ya mencionado en el párrafo de arriba, presenta el cuadro que se expone a continuación, sobre los pasos para crear una cápsula:

Gráfico 1. Esquema de realización de la cápsula radial



El gráfico 1 muestra todo el procedimiento para crear la cápsula radial (Méndez, 2017).

“En su estructura, este formato comienza con una introducción que tiene por finalidad enganchar la atención del oyente, luego se desarrolla una sola idea y se cierra la cápsula con un llamado a la acción reforzando el principio que se ha comunicado” (Méndez, 2017, p 189).

Este elemento radiofónico puede ser utilizado como refuerzo dentro de un programa radial o individualmente en la grilla de programación dependiendo de su tiempo de duración.

CAPÍTULO III

MARCO REFERENCIAL

CAPÍTULO III MARCO REFERENCIAL

3.1. De la institución

La radio Universitaria San Andrés nace a la vida institucional el 22 de marzo de 2017 mediante resolución del Honorable Concejo Universitario (HCU) 060/2017 al aprobar el Reglamento de Constitución y funcionamiento. Este reglamento, señala a la letra, que la Radio Universitaria San Andrés es un medio de comunicación institucional, académico, educativo, público y alternativo que difunde información sobre ciencia, tecnología y cultura (Gaceta Universitaria, 2017, p, 1).

En ese entendido, se resalta los fines que persigue Radio Universitaria San Andrés a través de su programación puntualizados en su reglamento interno que a la letra señala:

- a) Establecer un canal de comunicación de la gestión institucional entre las instancias de gobierno y la comunidad universitaria.
- b) Fortalecer la relación entre la UMSA y la sociedad.
- c) Promover la participación de la sociedad en su conjunto y de la comunidad universitaria en los diferentes programas.
- d) Promover a través de la radio, la solidaridad y el servicio a la comunidad.
- e) Promover programas transdisciplinarios, multidisciplinarios e interdisciplinarios que identifiquen y respondan a la problemática de la sociedad, orientados al mejoramiento de la calidad de vida.
- f) Coadyuvar en la transformación de la sociedad en permanente superación.
- g) Transferir a la sociedad los resultados desarrollados en los distintos procesos de gestión del conocimiento y libre pensamiento que se gestan en la UMSA.
- h) Difusión de información pública y privada.

En otro aspecto, la Radio Universitaria San Andrés en el momento de su creación se instala físicamente en la Facultad de Tecnología, siendo estos los administradores tanto de sus contenidos, como la parte operativa.

Al respecto la Gaceta Universitaria indica que el 21 de noviembre del 2018 bajo Resolución del HCU No. 638/2018 se conformó el directorio representativo por docentes y estudiantes bajo el siguiente detalle:

Tabla 1. Conformación del directorio representativo de la Radio Universitaria San Andrés

Ing. Alberto Arce Tejada	Secretario General (en representación del Sr. Rector)- presidente
Lic. Guido Castro Endara	Docente de la Carrera de Electrónica y Telecomunicaciones
Ing. Marcelo Gutiérrez Guachalla	Docente de la Carrera de Ingeniería y Electrónica
Univ. Oscar Daniel Williams Cespedes Calderon	Estudiante de la Carrera de Ingeniería y Electrónica
Lic. Edgar Pomar Crespo	Director Carrera Ciencias de la Comunicación Social
Univ. Karla Jessika Mireya Alaya Alucy	Estudiante Carrera Ciencias de la Comunicación Social
Lic. Esp. Orlando Víctor Huanca Rodríguez	Docente Carrera de Ciencias de la Educación
Univ. Ingrid Mercedes Flores Blanco	Estudiante Carrera de Ciencias de la Educación

En la *tabla 1* se muestra todo el directorio representativo conformado bajo HCU de la Universidad Mayor de San Andes (Gaceta universitaria, 2018).

Este directorio representativo en adelante tomó decisiones en favor de la Radio Universitaria San Andrés las cuales fueron:

En fecha 9 de mayo del 2019 bajo resolución del Honorable Consejo Universitario No. 483/2019, decide dividir el ítem asignado a la radio, de este modo la institución días después en fecha 15 de mayo del 2019 con la resolución No. 150/2019 designa a la MSc. Jannet Esther Daza Jalja, como directora de la Radio Universitaria San Andrés; a la Lic. Roxana Selum Yabeta, como Responsable de la Unidad de Contenidos, Producción, Información y Programación de la Radio Universitaria San Andrés; y al Lic. Henry Alcon

Choque, como responsable de la unidad de Operación, Diseño y Mantenimiento de la Radio Universitaria San Andrés.

Es así que, queda constituida la administración de la Radio Universitaria San Andrés, quienes operan actualmente en el edificio Luis Espinal, Ex Inrra, predios de la Carrera de Comunicación social, los cuales fueron proporcionados por el director Lic. Edgar Pomar, el ambiente cuenta con dos instalaciones que pertenecen a los talleres de radio de la carrera, de igual modo que la consola, micrófonos, mesas, sillas y computadoras.

Para ampliar la programación de la radio, la dirección lanzó la primera convocatoria para docentes de taller de radio y estudiantes que cursaron dicho taller de la Carrera de Comunicación Social a presentar proyectos en los diferentes géneros y formatos radiales (Convocatoria No.1/2019, p. 1).

De dicha convocatoria salen al aire diferentes programas entre los cuales está ¡Qué Bonita es esta Vida!

Gráfico 84. primer logo del programa ¡Qué bonita es esta vida!
2019



El gráfico 84. logotipo usado en redes sociales, programa ¡Qué bonita es esta vida! Gestión 2019
Autoría propia.

Es así que el 15 de julio de 2019, se emite por primera vez la revista radial ¡Qué Bonita es esta Vida! con la dirección, producción y locución de Ruth Abigail Mamani Maquera, estudiante egresada de la Carrera de Comunicación Social; con un contenido misceláneo, ameno y entretenido a primeras horas de 7:00 a 8: 00 de la mañana; por un periodo de 6 meses hasta el 31 de enero del 2020 (Ver anexo 1).

En este tiempo de emisión, el programa se convirtió en uno de los más escuchados y vistos en las redes sociales de la Radio San Andrés. “¡Qué Bonita es Esta Vida! ha sido uno de los programas con más reiting, y redes sociales” Informe Evaluación de la Radio Universitaria San Andrés (2021).

Posterior al 31 de enero, se emitió el último programa de la primera temporada y se suspende la segunda temporada programada para abril del 2020 a raíz de la pandemia, al igual que muchos de los programas en la grilla de la Radio Universitaria San Andrés. Durante este tiempo fuera del aire se maduró la idea de cambiar el contenido a una revista especializada en temas de contención psicológica y al mismo tiempo poder realizar el presente Trabajo Dirigido, esta vez en con la participación de dos integrantes, Ruth Abigail Mamani Maquera y Bricia Mamani Condori.

El planteamiento del nuevo contenido responde a una necesidad creciente de la sociedad, quienes, al atravesar por una pandemia mundial, cuarentenas rígidas, y la incertidumbre de no saber qué es lo que pasará, buscan respuestas en diferentes medios.

3.2. Pandemia Covid-19 en el mundo

La Organización Mundial de la Salud (OMS) en su sitio web, el 31 de diciembre de 2019, dio a conocer a través de un informe para los medios de comunicación la información de casos de una neumonía vírica jamás antes vista en Wuhan, República Popular China, que más adelante sería conocida como Covid-19 (OMS, 2021).

Según la OMS el 13 de enero de 2020 se publica el primer protocolo de prueba de reacción en cadena de la polimerasa con retrotranscripción (PCR-RT). Posterior a esto el

19 de enero del mismo año se da a conocer que había pruebas de que se producía una transmisión limitada entre seres humanos.

Paulatinamente se van dando los primeros casos en diferentes países; 13 de enero, Tailandia reporta un caso de contagio del nuevo virus, 19 de enero Bejín y Shenzhen, 21 de enero Los Estados Unidos de América (EE.UU.) confirman contagios, 24 de enero en Europa también se reportan casos (OMS, 2021).

Entre tanto, el 23 de enero “las autoridades chinas decidieron encerrar a todos los 11 millones de ciudadanos de Wuhan, puesto que allí se originó el brote. Pocos después fueron sitiada toda la provincia de Hubei, de la que Wuhan es la capital” (Solís, 2020, párr. 2).

Para el 25 de enero del 2020 se registran 1287 casos en el mundo, pero para el fin de mes los casos incrementan a 9.600, así como el número de muertes que ascendía a 170. La OMS declara al coronavirus una emergencia internacional de salud pública (OMS, 2021).

7 de febrero de 2020 “Li Wenliang, el médico de Wuhan que fue blanco de la Policía por intentar alertar sobre un virus “similar al SARS” en diciembre de 2019, muere por el coronavirus.” (Cronología del coronavirus: así empezó y se ha extendido por el mundo el mortal virus pandémico, 2020, párr., 17).

El 11 de febrero del 2020 la OMS, para evitar inexactitudes y estigmatización nombra al coronavirus como Covid-19. Dos días después la Misión Conjunta OMS-China sobre la COVID-19, insiste en que para reducir la enfermedad y mortalidad se debe implementar medidas como la detección y aislamiento de casos, el rastreo y seguimiento de contactos y su puesta en cuarentena, y la colaboración comunitaria (OMS, 2021).

El 9 de marzo, Italia activo medidas drásticas como el confinamiento convirtiéndose en el segundo país en implementarlas. Para la última semana del mes del mes de marzo, el país aplica el cierre de todas las actividades productivas, también las fábricas, con la excepción de aquellas que suministran servicios básicos (Solís, 2020, párr. 5).

Este mismo día la OMS y el Banco Mundial hace un llamamiento a la inyección inmediata de \$ 8000 millones para la respuesta a la Covid-19 “para coordinar y priorizar el apoyo a los países más vulnerables; desarrollar nuevos medios diagnósticos, tratamientos y vacunas; fortalecer las necesidades desatendidas en materia de vigilancia y coordinación regional; y velar por que haya un suministro suficiente de equipo de protección para el personal sanitario” (OMS, 2021, párr. 35).

El 11 de marzo, el doctor Tedros Adhanom Ghebreyesus, director general de la OMS hace un llamamiento a los países para que adopten medidas urgentes y agresivas, reconociendo que la Covid-19 es una pandemia (OMS, 2021, párr. 35-39).

El 13 de marzo, el director general de la OMS declara que Europa se convirtió en el epicentro de la pandemia, con más casos de muertes notificadas; al día siguiente el gobierno español decretó estado de alarma y ordenó el cierre de todos los comercios no considerados esenciales además de confinamiento (Solís, 2020, párr. 7).

Para el 17 de marzo, el presidente de Francia, Emmanuel Macron, decreta confinamiento por dos semanas, pero 10 días después amplían esta medida por el incremento de casos de personas fallecidas a raíz de la Covid-19, que ascendía a 1995 (Amaya, 2020, párr.1).

En el mes de marzo, muchos países alrededor de mundo empezaron a tomar medidas drásticas como la cuarentena total, cierre de fronteras y restricción de vuelos, tal como lo recomienda la OMS. A continuación, se hará un recuento rápido.

Dinamarca adopta medidas desde el 13 de marzo; Bélgica entra en cuarentena “suave”, el 17 del mismo mes; Noruega, en este país el confinamiento fue anunciado el día 12; Eslovenia toma medidas en fecha 20, cuando los contagios de Covid-19 ya superaban los 300 por día; El Salvador, implementó medidas desde el día 11 del mes; Argentina, el gobierno de Alberto Fernández decretó cuarentena obligatoria el 20 de marzo; Perú activó toque de queda en fecha 19 (Solís, 2020).

Ruanda fue el primer país africano en decretar confinamiento el 21 de marzo de 2020 al mismo tiempo que Jordania y Líbano; Polonia declaró estado de epidemia el 20 de

marzo; Grecia, aplicó el confinamiento desde el 22 del mismo mes; Nueva Zelanda, informó a sus residentes que a partir del día 25 todo el país estaría confinado. De este modo todos los países alrededor del mundo tomaron las respectivas medidas para detener la pandemia de la Covid-19 (Solís, 2020).

El 29 de junio de 2020, la OMS realizó la primera conferencia sobre Infodemiología, entendiendo este término como la ciencia de gestionar infodemias, es decir, la sobreabundancia de información. (Cronología de la respuesta de la OMS a la COVID-19, 2021, párr. 35, párr.39).

Para el 15 de julio, el mecanismo COVAX, que está codirigido por la OMS, logra el compromiso de más de 150 países, que representan más del 60% de la población mundial, para garantizar un acceso rápido, justo y equitativo a las vacunas contra la COVID-19 en todo el mundo (OMS, 2021, párr. 35, párr. 95).

El 11 de agosto de 2020, Nieves (2020), describe en el portal digital Gaceta Médica, que la agencia de noticias Sputnik, registra la primera vacuna contra la Covid-19, así lo anuncia el presidente ruso, Vladimir Putin. Por otro lado, la OMS expresó su reticencia sobre esta vacuna, puesto que Rusia no había publicado los datos de los ensayos que se estaban realizando con esta vacuna.

El 31 de diciembre de 2020, la OMS publicó su primera validación para uso en emergencias de una vacuna contra la COVID-19 e hizo hincapié en la necesidad de un acceso mundial equitativo (OMS, 2021, párr. 35, párr. 105).

“Comirnaty de ARN mensajero contra la COVID-19 de Pfizer/BioNTech, es la primera vacuna en recibir la validación para uso en emergencias”, de esta manera la OMS incentiva a que los países aceleren sus propios procesos de aprobación regulatoria para importar y administrar la vacuna (OMS, 2020, párr., 2-5).

3.3. Covid-19 en Bolivia

Bolivia no escapó del contagio mundial, el 11 de marzo de 2020 se emite en diferentes medios que se registran los primeros, dos casos de coronavirus, uno en Santa Cruz y otro en Oruro, a raíz de esto el Gobierno declara emergencia nacional por el coronavirus y alista la alerta epidemiológica (EL DEBER, 2020).

Unos minutos después de la confirmación de casos de coronavirus en Bolivia colapsan las farmacias de las principales urbes, la gente busca vitamina C y barbijos (ANF, 2020, párr., 2).

Este mismo día el ministro de Salud, Aníbal Cruz, pidió a todos ciudadanos que ingresan al país, provenientes de regiones donde circula el virus y había transmisión local, se autoimpongan un aislamiento social preventivo de 14 días para evitar la propagación de la enfermedad (Ariñez, 2020, párr. 5).

Por otro lado, el presidente del Colegio Médico de La Paz, Luis Larrea declara que el país no está preparado para afrontar la epidemia, “somos el país de las improvisaciones, nosotros advertimos hace tiempo que el coronavirus llegaría. El Hospital del Norte nos indicó que solo tendrán tres camas de referencia”, dijo el galeno a Unitel (ANF, 2020, párr., 3).

El 12 de marzo, el secretario de Salud de la Gobernación cruceña, Oscar Urenda, confirmó el tercer caso de coronavirus, el paciente de 29 años, que estuvo de viaje entre Miami- Madrid-Miami y luego llegó a Santa Cruz (LA PATRIA, 2020, párr., 2).

El mismo día, la presidenta Jeanine Áñez, anunció la suspensión de las clases en todos los niveles y los vuelos desde y hacia Europa. Asimismo, informó sobre la cancelación de eventos públicos, entre ellos los deportivos, religiosos y culturales de más de 1.000 personas (Ariñez, 2020, párr., 1).

Para el 17 de marzo 2020 se promulgó el Decreto Supremo N° 4196, con 13 artículos que detalla las medidas a asumir por el Gobierno Nacional, que entre sus principales determinaciones están el cierre de fronteras y la restricción de la circulación dentro del

país. La recomendación principal es el distanciamiento social y la permanencia en las casas (ANF, 2020, párr., 2).

Al mismo tiempo, el Gobierno autorizó a las entidades financieras, el sistema tributario y aduanero establecer mecanismos de flexibilización y reprogramación de deudas, en coordinación con el Ministerio de Economía y Finanzas Públicas (Cuiza, 2020, párr., 1).

El 18 de marzo, la presidenta de Bolivia Jeanine Añez “aplicó cuatro medidas económicas para apoyar a los sectores más vulnerables de la población; Bono Familia que consta de 500 Bs para cada niño que asista al nivel primario de escuela fiscal; familias, personas y empresas pequeñas dejaron de pagar dos meses del capital de su deuda; se suspende el pago de impuestos por utilidades por dos meses; prohíbe cortar los servicios básicos, agua, luz y gas (ANF, 2020).

El 21 de marzo, “el gobierno nacional dispuso la cuarentena total por 14 días desde las 00.00 hrs. de este domingo 22 de marzo, como medida preventiva para evitar la propagación del coronavirus”, declaró Añez cuando dio a conocer las determinaciones asumidas para todo el territorio nacional. (ANF, 2020, párr., 1). La cuarentena rígida se amplió hasta septiembre del mismo año para luego ir flexibilizándose.

Para el 5 de abril del 2020, se amplió el alcance del Bono Familia de 500 bolivianos a los estudiantes con capacidades diferentes que se forman en Centros de Educación Especial Públicos (ANF, 2020, párr., 6). Posteriormente, el 8 de abril el Bono Familia se extiende a estudiantes de secundaria y el 14 del mismo mes se instruye el pago del bono a familias con hijos en colegios privados y escuelas alternativas (Centro de Documentación e Información Bolivia, 2020).

La presidenta Jeanine Añez, el 14 de abril, informó nuevas medidas de alivio económico que incluye el pago de un Bono Universal, para quienes no tienen otros ingresos de salarios o bonos, este bono fue de 500 Bs (El Día, 2020, párr., 1).

Por otro lado, el jefe nacional de la Unidad de Epidemiología del Ministerio de Salud, Virgilio Prieto, el 21 de abril, informó de 609 casos confirmados, 37 decesos y 44

recuperados en toda Bolivia (Opinión, 2020). A lo que, en fecha 23 del mismo mes, se suma los 12.260 casos confirmados de dengue en Bolivia.

El 15 mayo, “el jefe de la Unidad de Epidemiología, del Ministerio de Salud, Virgilio Prieto, informó que en total son 3.577 personas infectadas en todo el país, la cifra de fallecidos fue de 164 a nivel nacional, 434 pacientes contagiados se recuperaron y recibieron su alta médica” (Morales, 2020 párr. 1).

Para el 26 de junio, Bolivia registró 29.423 casos positivos de COVID-19, una cifra de 934 fallecidos a nivel nacional y se realizó pruebas para descartar casos a un total de 39.207 personas. (Morales, 2020).

Asimismo, el 31 de julio, Bolivia acumuló 76.789 contagios y 2.977 fallecidos con coronavirus, según el Ministerio de Salud y Deportes (2020). El departamento de Santa Cruz fue el más afectado. Estas cifras se duplicarían en el mes de agosto registrando 112.094 casos positivos y 4.726 fallecidos a nivel nacional (Morales, 2020).

El 27 de agosto, las autoridades nacionales informaron que “Bolivia iniciará en septiembre próximo la transición hacia la fase pos confinamiento y de vigilancia comunitaria, lo que conlleva algunas flexibilizaciones a las restricciones de movilidad para acompañar el reinicio de las actividades económicas y otras que fueron suspendidas por la pandemia del COVID-19” (Ministerio de Salud y Deportes, 2020, párr. 1).

Hasta el momento de la redacción de este documento (22/Abril/2021) el acumulado nacional fue de 294,391 de contagios y los decesos fueron de 12.758 en toda Bolivia y la inmunización contra el coronavirus, hasta el momento fue de 619.794, entre la primera y segunda dosis de las vacunas Sputnik V, Sinopharm y AstraZeneca (Ministerio de Salud y Deportes de Bolivia, abril de 2021).

Entre tanto, a la fecha, nuevas cepas y variantes aparecieron en diferentes regiones. "En el marco de las medidas para proteger a la población, instruimos el cierre temporal de fronteras con Brasil, por 7 días", así informó el presidente de Bolivia, Luis Arce, en su cuenta de Twitter al inicio del mes de abril del 2021.

3.4. Medidas de contingencia

Fueron drásticas las medidas de aislamiento que se impusieron en todos los países al rededor del mundo para poder contener la pandemia de la Covid-19, el Ministerio de Salud de Bolivia estableció diferentes procedimientos, desde la creación de centros de aislamientos, pasando por la detección de casos sospechosos hasta aplicar el respectivo tratamiento y recuperación de los pacientes

Al respecto, Ruiz (2019, p 3), explica que “al leer o escuchar noticias sobre las personas que están en cuarentena, que practican el distanciamiento social o que se están aislando durante la pandemia existen confusiones sobre varios términos, y ello genera interrogantes”. En tal sentido se expone los términos usados y sus significados:

- **Bioseguridad:** según el Ministerio de Salud de Bolivia, es un conjunto de normas preventivas y protocolos aplicables a diversidad de procedimientos que se utilizan en la investigación científica para proteger la salud focalizando el manejo seguro de recursos genéticos y biológicos.
- **Distanciamiento social:** esta fue una de las medidas de prevención recomendadas por diferentes instancias, también llamado "distanciamiento físico", consiste en mantener una distancia segura entre unas y otras personas que no pertenecen a su hogar, así lo señala El Centro Para El Control y La prevención de enfermedades (2020).
- **Cuarentena:** según el Instituto de Ciencias e Innovación En Medicina (2017, párr., 4) se “define como cuarentena a la separación y restricción de movimientos de personas que estuvieron expuestas a una enfermedad

infecciosa, pero que no tienen síntomas, para observar si desarrollan la enfermedad”.

- **Aislamiento:** a diferencia de la cuarentena el aislamiento es la separación de personas que padecen una enfermedad contagiosa, de aquellas que están sanas. Ambas medidas son estrategias de salud pública y que tienen como objetivo prevenir la propagación de enfermedades contagiosas (ICIM, 2017, párr. 5)

3.5. Efectos psicológicos de la pandemia y el confinamiento

La pandemia del Covid-19 ha cambiado la manera en que las personas estaban acostumbradas a vivir, y estos cambios vinieron acompañados de problemas de salud mental.

Vallejos et al (2020, p. 2), reconoce que, aunque por ahora los estudios se concentran en cómo el coronavirus ataca a nuestros órganos, también es necesario prestar atención a las secuelas que dejará en nuestra mente.

Hay muchos factores que determinan el nivel de afectación que sufren las personas en Bolivia, según un estudio realizado por el Instituto de Investigaciones en Ciencias del Comportamiento (2020), se debe tomar en cuenta los determinantes sociodemográficos, los determinantes económicos y el trabajo no remunerado en el hogar y de cuidado.

3.5.1. Determinantes sociodemográficos

Según el Instituto de Investigaciones en Ciencias del Comportamiento (2020, p. 1), “las mujeres tienen el doble de riesgo que los hombres de presentar impacto psicológico, depresión y ansiedad”.

En el mismo sentido, la “directora de la Organización Panamericana de la Salud OPS hizo un llamado a fortalecer las políticas, los sistemas y los servicios de salud, para garantizar que el bienestar integral de las mujeres forme parte de la respuesta de los países ante la COVID-19” (OPS, 2020, párr. 4).

Por su parte, la secretaria ejecutiva de la Comisión Interamericana de Mujeres de la Organización de Estados Americanos (OEA), Alejandra Mora, explicó que “las medidas de salud pública como el confinamiento obligatorio implementado por muchos países ante COVID-19, ha generado mayores niveles de estrés y ansiedad en las mujeres, así como un aumento en las brechas sociales” (Líderes mujeres llaman a integrar la salud mental en la respuesta al COVID-19, 2020, párr. 7).

Otro factor sociodemográfico, dentro del mismo estudio del IICC (2020, p. 1), sostiene que “las personas que residen en el área rural tienen el doble de riesgo de presentar impactos psicológicos comparadas a las que viven en el área urbana”.

Estos factores responden a que existe poca capacidad de resolución en los servicios de primer nivel, falta de recursos humanos e insumos para la toma de muestras, carencia de equipos de bioseguridad y la falta de servicios culturalmente apropiados y accesibles lo cual se refleja en mayor medida en los municipios del área rural donde habitan la mayoría de los pueblos indígenas minoritarios (Defensoría del Pueblo Estado Plurinacional de Bolivia, s.f., p. 2).

Otros puntos que resalta El Informe Sobre El Impacto De Covid-19 En Los Pueblos Indígenas En El Estado Plurinacional De Bolivia, De La Defensoría Del Pueblo (2020), son las restricciones por la cuarentena en la circulación, el transporte, el funcionamiento de ferias y mercados, que ha afectado a los pueblos indígenas, sobretodo en su medio de vida y sustento económico, lo cual ha repercutido en un limitado acceso a alimentos, medicamentos y combustible. Muchos de ellos no pudieron cobrar bonos ni contar con el acceso a canastas familiares por barreras geográficas, económicas y hasta de acceso a documentos de identidad.

Asimismo, “se ha evidenciado asimetrías campo-ciudad desde el acceso a información. En el ámbito rural la información llega principalmente, y a veces únicamente, vía radio, la cual es un medio de comunicación alcanza todos los rincones, a diferencia de la

televisión y el internet las cuales siguen siendo una tecnología poco democratizada” (NATIVA, junio 2020, párr. 2).

Claramente las condiciones por las cuales atraviesan las personas que habitan en el área rural son mucho más precarias en tiempos de pandemia y esto incide en gran medida en su salud mental y emocional.

Volviendo al estudio que realizó el IICC (2020, p 2), “las personas que viven en condiciones de hacinamiento tienen más riesgo de presentar ansiedad que las personas no hacinadas y las personas que no son económicamente activas (trabajo en hogar no remunerado o desempleo) tienen más riesgo de presentar depresión comparado con las que tienen trabajo fijo”.

No es lo mismo confinarse en un departamento amplio o, incluso, una casa con jardín que en un cuarto con apenas espacio para las personas que viven en él, así inicia la nota de prensa del periódico Pagina 7 (2020, párr. 1) “Hacinadas y sin recursos: la cuarentena de las familias en un cuarto de alquiler”. Los factores habitacionales y socioeconómicos son determinantes, puesto que las familias más humildes sufrieron de diferente modo la etapa de encierro por cuarentena.

El aislamiento obligatorio y el distanciamiento social dispuestos por las autoridades ante la emergencia sanitaria por el Covid-19 dejaron al descubierto muchas deficiencias en los barrios de La Paz como la falta de alcantarillado y suministro de agua potable.

“Tenemos un patio donde salimos a sentarnos y a pasar el día. Dentro de los cuartos hace mucho calor y no se puede estar, cuenta Pilar mientras sus dos hijos, de siete y 11 años, juegan a la pelota como única forma de entretenimiento” (Pina 7, 2020, párr. 4).

El testimonio expuesto fue la realidad de muchas familias del área peri urbana en la ciudad de La Paz Bolivia, por lo cual la UNICEF en coordinación con la Gobernación de La Paz también colaboraron con casos similares y más precarios en el municipio alteño cuya vulnerabilidad se agudizó por la emergencia sanitaria; brindando apoyo económico y psicosocial a través del Programa de Derecho a Vivir en Familia, dadas las

condiciones de carencia en que viven y que se agravaron por la crisis sanitaria (2020, párr. 3).

Ciertamente los factores sociodemográficos marcaron la manera en que las personas atravesaron el tiempo de encierro por la pandemia del Covid-19, dejando al descubierto muchas vulnerabilidades como el precario sistema de salud que tiene Bolivia, y la extrema pobreza en la que viven muchas familias.

3.5.2. Determinantes económicos

Con todo lo expuesto hasta el momento, se observa que tanto hombres como mujeres del área rural y urbana se vieron afectados de manera directa por factores de convivencia, de hacinamiento, de distanciamiento y falta de información. Todo esto con una gran variante que son las determinantes económicas que se explica a continuación.

El informe especial de La CEPAL, “El desafío social en tiempos de Covid-19” (2020, p 2), donde después de analizar tres escenarios posibles en Bolivia, estima que la pobreza incrementará 35,5% y la pobreza extrema aumentaría 16,7%, como consecuencias de la pandemia en el mercado laboral y la pérdida de ingresos asociada.

Eso trae consigo diferentes consecuencias, así se puede señalar que “las personas que sufren de desabastecimiento de alimentos, medicamento y artículos de higiene, las personas cuya actividad económica y salario se suspendieron, y las que fueron despedidas momentáneamente o definitivamente, tienen alrededor del doble de riesgo de presentar impacto psicológico, depresión, ansiedad y estrés” (Instituto de Investigaciones en Ciencias del Comportamiento, abril 2020, p 3)

Otra consecuencia que visibiliza el informe la CEPAL es la desigualdad social que se acumula, se potencia, causando múltiples discriminaciones que conllevan diferencias en el ejercicio de los derechos de los Trabajadores informales, Trabajadoras domésticas remuneradas, Niños, niñas y adolescentes, Jóvenes, Personas mayores, Población rural Personas con discapacidad, Migrantes, Personas en situación de calle.

A raíz de esto, para sobrellevar la situación el Gobierno en transición de Bolivia tomo diferentes medidas como: bonos sociales y el pago de facturas de servicios básicos por este, el Bono Familia, el Bono extraordinario para todas aquellas personas entre 18 años y 60 años que no reciben otros bonos , el Bono a canasta familiar a las madres beneficiarias del bono Juana Azurduy y las personas con discapacidad, A estas transferencias se determinó el pago de las facturas de energía eléctrica domiciliaria por el gobierno de forma progresiva, según el nivel de consumo de los hogares. (IIICC, 2020, p 2)

3.5.3. Trabajo no remunerado en el hogar y de cuidados

De igual modo, este es otro indicador que tomo en cuenta el IICC (2020, p 4) porque “las personas que realizan más tareas en el hogar que antes de la cuarentena tienen mayor riesgo de presentar ansiedad y estrés, de modo idéntico las personas que tienen a su cargo familiares o personas que requieren cuidado, muestran una incidencia elevada de impacto psicológico y depresión”.

La desigualdad social existente antes de la pandemia se agudizó afectando a toda la fuerza de trabajo, la situación de los trabajadores informales de ambos sexos, y especialmente la de las mujeres y las personas jóvenes, indígenas, migrantes y constituye un fuerte núcleo de vulnerabilidad. (El desafío social en tiempos de Covid-19,2020, p 5).

Bolivia sigue con un déficit significativo en relación a la calidad del trabajo. Como muestra de ello, se observa que 66.8% de los trabajadores no estaban afiliados a un seguro de salud y 83.2% no aportaban a una pensión contributiva en 2018. La alta tasa de informalidad en Bolivia, cercana al 83% de la población ocupada en 2014 estos datos son expuestos por la OIT (2018), en el informe del Instituto de Investigaciones en Ciencias del Comportamiento (2020, p. 9).

Por otro lado, la CEPAL (2020, p. 6) indica que, en un contexto de confinamiento, cierre de escuelas y necesidad de cuidados ante la posible presencia de uno o más

contagiados en el hogar, la carga de trabajo doméstico no remunerado que asumen las mujeres, las adolescentes y las niñas, así como los casos de violencia hacia ellas, se incrementaron significativamente.

La crisis puede profundizar las desigualdades, la exclusión social y laboral puede generar brechas salariales que no hacen otras cosas que acentuar las consecuencias también psicológicas, ansiedad latente, estrés postraumático en relación a la situación que se vivió, depresión marcada, necesidad de sentirse escuchados, muchos con ansias de retomar su vida.

Como se describe en lo expuesto en los sub títulos de “Efectos psicológicos de la pandemia y el confinamiento”, la depresión, la ansiedad y el estrés son claras consecuencias que se evidencian en diferentes estudios, a continuación, ampliaremos los conceptos de cada uno de estos términos.

3.6. ¿Qué es salud mental?

Partimos por entender la salud, según la Organización Mundial de la Salud (OMS), es “un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades”, esta premisa nos da a entender que es importante recalcar que aunque las enfermedades emocionales y psicológicas no se vean físicamente están afectando ahora en el contexto de la pandemia mundial que se vive.

La OMS advierte que 1 de cada 4 personas sufrirá alguna patología mental a lo largo de su vida, por eso es una cuestión que afecta a todos. No solo es importante que la cuiden las personas que tienen algún tipo de trastorno mental, sino que deben tenerla en cuenta todos. (Asociación Guipuzcoana de Familiares y Personas con Problemas de Salud Mental, 2013, párr.3)

Se debe cuidar la salud mental promoviendo el bienestar integral, su detección y posterior tratamiento puesto que “tener problemas de salud mental no tiene nada que ver con debilidad de carácter, ni es culpa de la persona, la salud mental se puede recuperar o mejorar” (Fábregas, et al, 2018, p. 46).

Asimismo, en algún momento de la vida las personas experimentan síntomas leves o moderados. De hecho, cuatro de las 10 causas principales de discapacidad entre los sujetos mayores de cinco años de edad corresponden a trastornos mentales, siendo la depresión la primera causa de discapacidad por enfermedad (First, 2020, párr. 2).

Para comprender mejor la salud mental se expondrá, a continuación, el significado de los diferentes términos empleados para describir que se atraviesa por un periodo de vulnerabilidad mental.

3.6.1. Depresión

Para la Biblioteca Nacional de Medicina de EEUU y la OMS, la depresión es un trastorno mental, que se caracteriza por la presencia de tristeza, melancolía, pérdida de interés o placer, sentimientos de culpa o falta de autoestima, trastornos del sueño o del apetito, sensación de cansancio y falta de concentración.

“La depresión puede llegar a hacerse crónica o recurrente y dificultar sensiblemente el desempeño en el trabajo o la escuela y la capacidad para afrontar la vida diaria. En su forma más grave, puede conducir al suicidio” (OMS, s.f.: párr. 2).

Al respecto, Vallejos et al (2020), nos indica que la depresión “puede tumbarte en la cama sin capacidad de reacción, la ansiedad te recarga de una energía negativa que no encuentras cómo liberar. La agitación te obliga a moverte, pero no sabes qué hacer ni adónde ir” (p 5).

Vallejos et al (2020), realizó un estudio que analizó cifras de depresión en personas mayores en 18 países, ubicó a Bolivia como la nación con mayor prevalencia de esta enfermedad, duplicando el promedio de los países reportados.

3.6.2. Ansiedad

La ansiedad es un trastorno con síntomas tan reales y graves que van más allá de una agitación en el pecho o una sensación de angustia, sino que pueden manifestarse en el

propio cuerpo a través de temblores en las manos, brotes en la piel, súbitos mareos, náuseas y vómitos, y que los tensiómetros y termómetros pueden detectar y medir (Vallejos et al, 2020).

Por su parte, García (2013) dice que la ansiedad puede ser una reacción sana cuando nos ayuda eficazmente a enfrentarnos a una amenaza real; pero puede no ser tan sana en otras muchas ocasiones.

- **Ansiedad sana:** es la asociada a miedos que nos preservan la vida. Podemos haberlos aprendido por observación o por propia experiencia o través de la evolución de la especie, como los miedos ancestrales o miedos de desarrollo como la oscuridad, la separación, etc. (García, 2013, párr. 6).
- **Ansiedad patológica:** la que no es eficaz, la que afecta a la vida haciendo infelices a las personas, como las fobias (fobias sociales, agorafobia), obsesiones, manías. Puede tratarse de una ansiedad ligada a una situación o un estímulo concreto o puede ser generalizada (García, 2013, párr.7).

“Cuando una persona recibe el diagnóstico de Trastorno de Ansiedad Generalizada puede entender que no era simple nerviosismo o impaciencia, no era algo pasajero ni imaginario, sino una patología con nombre, síntomas y tratamiento”. (Vallejos et al, 2020)

Los testimonios recopilados por Vallejos et al (2020) datan de este modo: “la gente no lo entiende, piensa que estás loca, o que simplemente estás preocupada, como le pasa a todo el mundo, pero que te gusta exagerar”, declara Didi del Rosario, autora del blog con más de 18 mil seguidores Hola Ansiedad.

3.6.3. Estrés

Para Pérez s.f., quien cita al doctor Hans Selye, el estrés es a respuesta adaptativa del organismo ante los diversos estresores «Síndrome general de adaptación». El experto describe a su vez tres etapas de adaptación al estrés:

- **Alarma de reacción:** cuando el cuerpo detecta el estresor.

- Fase de adaptación: el cuerpo reacciona ante el estresor.
- Fase de agotamiento: por su duración o intensidad empiezan a agotarse las defensas del cuerpo.

La palabra estrés es definida del siguiente modo: “adaptación gráfica de la voz inglesa stress, „tensión provocada por situaciones agobiantes y que origina reacciones psicósomáticas” (Real Academia Española, 2005, párr. 2).

Existen situaciones estresoras que son las circunstancias, situaciones imprevistas o contrariedades, condiciones personales, profesionales, que percibimos consciente o inconscientemente como una amenaza, dificultad, etc., en definitiva, aquellas que vivimos como algo negativo (Trata El Estrés Con PNL, s.f., p 2).

El Instituto Nacional de Cáncer s.f. y Pérez s.f., coinciden en que el estrés es una reacción fisiológica del organismo ante una situación que se percibe como amenazante o con una excesiva demanda a una presión física, mental o emocional. El estrés produce cambios químicos que elevan la presión arterial, la frecuencia cardíaca y las concentraciones de azúcar en la sangre.

3.6.4. Incertidumbre

El diccionario Oxford (2021) detalla que la incertidumbre es la “falta de seguridad, de confianza o de certeza sobre algo, especialmente cuando crea inquietud”. La incertidumbre puede ser derivada de la ausencia de información y cierto grado de desconocimiento.

Mientras que para algunos la incertidumbre supone un reto ante el cual se sienten especialmente capaces, para otros la incertidumbre es una amenaza a evitar así lo explica Taberno et al (2014) citando a Szeto y Sorrentino (2009).

Taberno et al (2014), citando a Arce (2012) & Stuckler y Basu (2013), explica que convivir con niveles elevados de incertidumbre se asocia con una mayor probabilidad de

aparición de las consecuencias fisiológicas y psicológicas negativas del estrés, con mayor ansiedad, depresión y menor calidad de vida.

3.6.5. Duelo

El duelo es la reacción natural ante la pérdida de una persona, objeto o evento significativo y se traduce en comportamiento de sufrimiento y aflicción cuando un vínculo afectivo se rompe, así lo indica Meza, E. et.al (2008, p. 28).

En el mismo comprendido, Meza, E. et.al (2008, p. 29), aclara que esto incluye componentes psicológicos, físicos y sociales, con una intensidad y duración proporcionales a la dimensión y significado de la pérdida.

Consecuentemente, la Clínica Galetea (2019), indica que por definición la pérdida de cualquier objeto de apego provoca un duelo y aunque el duelo se asocia inmediatamente a la muerte, las pérdidas pueden ser muy diversas: rupturas de pareja, cambios de domicilio, cambios de estatus profesional, procesos de enfermedad o de merma funcional, entre otros.

Sin lugar a duda la salud mental de todas las personas se ha visto afectada de algún modo bajo la presión de atravesar una pandemia mundial, por tal motivo la intervención psicológica ha cobrado mayor relevancia durante todo este proceso.

3.7. Intervención psicológica en covid-19

A poco más de un año del primer contagio de Covid-19 registrado en Bolivia, se puede evidenciar las secuelas no solo fisiológicas de la enfermedad, sino también, las secuelas psicológicas tanto en personas que pasaron por la enfermedad y se recuperaron como las personas que vivieron cerca de personas contagiadas, o perdieron a familiares y amigos.

Urzúa et al. (2020), citando a Torales et al. (2020), indica que las primeras respuestas emocionales de las personas incluyen miedo e incertidumbre extremos dando

percepciones distorsionadas de riesgo y consecuencias dañinas que resulta en comportamientos sociales negativos. Estos estados y conductas pueden dar pie a problemas en salud mental pública incluidas reacciones de angustia (insomnio, ira, miedo extremo a la enfermedad incluso en personas no expuestas), y de comportamientos riesgosos para la salud como mayor uso de alcohol y tabaco y aislamiento social.

En el mismo contexto, Vallejos et al (2020, p. 36), explica que la acción estresante del contexto pandémico no afecta a toda la población por igual, la mayoría podrá afrontarlo sin ayuda y no generará ninguna huella psicológica, esto debido a que depende del trastorno que supone para la vida diaria de quien la padece.

Acotando, Urzúa et al. (2020), citando a Lunn et al. (2020), proponen distintas áreas en que la ciencia del comportamiento puede contribuir a frenar la propagación del virus en distintos niveles. Estas áreas son el lavado de manos, el contacto con la cara, el aislamiento, el comportamiento en público, los comportamientos indeseables, la comunicación de crisis y las percepciones de riesgo.

De igual modo, la OMS recomienda protegerse a uno mismo y a los demás contra la COVID-19, siguiendo los cuidados de higiene básicos (lavado de manos, precaución al momento de estornudar o toser, desinfectar adecuadamente las superficies), guardar al menos 1 metro de distancia entre personas, así como el uso correcto del barbijo y su manipulación adecuada antes y después del uso.

Urzúa et al. (2020), quien cita a Murphy (2020), con el fin de poder sistematizar la diversidad de áreas en que la psicología en tanto ciencia y profesión puede contribuir al abordaje del COVID-19, desarrolló un marco que organiza los distintos aportes de la psicología (Tablas 1 y 2).

Tabla 54. Marco para la contribución de la psicología y el psicólogo a la pandemia COVID-19 en la salud pública. Aspectos relacionados con la enfermedad.

	Prevención primaria	Prevención secundaria	Prevención terciaria
1.1 conductas de prevención	Intervención con la finalidad de reducir o eliminar el riesgo. Antes de que haya evidencia o sintomatología de una enfermedad, afección, daño o lesión. Desarrollo, apoyo y entrenamiento con material educativo de medidas preventivas	Tiene por objeto prevenir la enfermedad la etapa preclínica Psicoeducación para la adopción de conductas preventivas: lavado de manos, uso de mascara, cuarentena Entrenamiento, manejo y aumento en búsqueda racional de información	Intervención implementada cuando ya existe una enfermedad, con el fin de prevenir su progreso o bien con fines de Rehabilitación
1.2 Manejo de la ansiedad y síntomas psicológicos	Control de la ansiedad Gestión de riesgo Control de preocupación por cercanos Desarrollo de tolerancia ante la incertidumbre	Control de la ansiedad Gestión de riesgo Manejo de la culpa Control de preocupación por cercanos Desarrollo de tolerancia ante la incertidumbre	Control de la ansiedad Manejo de la culpa Control de preocupación por cercanos
1.3 Búsqueda de ayuda	Interpretación/ percepción de síntomas (no hiper o hipo) Percepción de riesgo Promover conductas de búsqueda de ayuda apropiadas	Interpretación/ percepción de síntomas Percepción de riesgo Promover conductas de búsqueda de ayuda apropiadas	Promover conductas de búsqueda de ayuda apropiadas
1.4. Cuidado psicológico de pacientes y familiares de pacientes	Manejo de complicaciones psicológicas: depresión, estrés, ansiedad, EPT	Manejo de complicaciones psicológicas: depresión, estrés, ansiedad, EPT Apoyo psicológico a familia en casos de cuarentena	Manejo de complicaciones psicológicas: depresión, estrés, ansiedad, EPT Apoyo terapéutico post alta, familia Cercana

En la *tabla 2* se explica las diferentes maneras en las que la psicología ayuda en la prevención de la Covid-19 (Urzúa et al., 2020).

Tabla 55. Marco para la contribución de la psicología y el psicólogo a la pandemia COVID-19 en la salud pública. Impacto profesional y social.

	Prevención primaria	Prevención secundaria	Prevención terciaria
3.1 Ajuste en la entrega de prestaciones psicológicas	Uso efectivo de servicios online Asesoría y consejería por medios no presenciales	Uso efectivo de servicios online Asesoría y consejería por medios no presenciales	
3.2 Efecto del aislamiento y distanciamiento social	Mitigación de efectos de aislamiento, tiempo y estrés en relaciones Prevención, adaptación de estrategias a grupos etarios específicos	Mitigación de efectos de aislamiento, tiempo y estrés en relaciones Prevención, adaptación de estrategias a grupos etarios específicos	
3.3. Trabajo	Aspectos psicológicos del trabajo efectivo en casa Organización de actividades Impacto psicológico por inseguridad laboral Impacto psicológico del desempleo	Aspectos psicológicos del trabajo efectivo en casa Organización de actividades Impacto psicológico por inseguridad laboral Impacto psicológico del desempleo	
3.4 Conductas pro sociales	Apoyo en la evitación de situación de pánico y descontrol generada por medios de comunicación social Estigmas y estereotipos Discriminación Promoción de redes de apoyo social		
3.5 Apoyo al personal de salud		Desarrollo de actividades para promocionar y promover el bienestar	Desarrollo de actividades para promocionar y promover el

		psicológico y salud mental	bienestar psicológico y salud mental
--	--	----------------------------	--------------------------------------

En la *tabla 3* se explica las medidas de prevención primarias, secundarias y terciarias en la lucha contra el Covid-19 (Urzúa et al., 2020).

Ambas tablas compiladas y adaptadas del por Urzúa et al. (2020) para su implementación en el vecino país de Chile es de importante valor para el presente Trabajo Dirigido, puesto que muestra de manera organizada todo el procedimiento y la importancia que tiene la psicología para contener el contagio de Covid-19.

Por otra parte, se debe resaltar la importante labor que realizan diferentes instituciones de salud, universidades y colegios de profesionales en salud mental en Bolivia, por eso a continuación revisaremos el informe del Colegio de Psicólogos de La Paz para la PNUD (Vallejos et al, 2020).

Tabla 4. *Contención psicología de marzo a septiembre 2020*

Institución	N° de psicólogos	Actividades
Caja Nacional de Salud	El área Psico-social de la Caja Nacional de Salud contó con 4 profesionales psicólogas	Atención por Call Center en contención, psicoeducación y seguimiento, para los asegurados. Convenio con Ministerio de Salud
Hospital del Sur	El hospital contó con 3 profesionales en el área de psicología.	Acompañamiento médico con el área de salud mental, de manera presencial, a pacientes y a galenos.
Universidad Boliviana de Informática (UBI)	contó con 12 profesionales en psicología y el apoyo de los estudiantes	Atención por Call center supervisado por dirección de carrera.
Gobierno Autónomo Departamental de La Paz Dirección de Política Social	Dos psicólogas formaron parte del equipo de contención psicológica.	Investigación psicosocial para llegar a familias vulnerables. -Contención psicosocial. -Primeros auxilios psicológicos. -Cartilla informativa enfocada en salud mental e información sobre COVID-19

Universidad Mayor de San Andrés	El grupo de Psicología Integrativa de la carrera, contó con 58 personas entre docentes y estudiantes de diferentes niveles.	Plataforma Centro de Atención Integral COVID -Brindó información general. -Contención emocional y primeros auxilios psicológicos -Grupos de autoayuda
Colegio de Psicólogos de La Paz	Contó con 40 profesionales en psicología	Call center de TELESALUD servicio de Familia Segura
Familia Segura UNICEF	Contó con 10 psicólogos de primera y segunda fase	Call Center de atención en contención emocional a la población con un alcance a nivel nacional -Fase uno: Contención emocional, apoyo psicoeducación. -Fase dos: Atención clínica

La *tabla 4* sintetiza el informe que realiza Vallejos et al, 2020 para el Colegio de Psicólogos elevado a la PNUD.

Autoría propia.

Durante las crisis sanitarias del 2020 se aprendió sobre la marcha de protocolos de contención psicológicas ya que la pandemia de Covid-19 fue sin precedente en el mundo moderno. Ramiro Lizondo miembro del Colegio de Psicólogos de La Paz indica que si bien otros países tienen procedimientos para contención Psicológica en caso de desastres naturales ningún país contaba con maneras para contener una pandemia mundial.

CAPÍTULO IV

MARCO

METODOLÓGICO

CAPÍTULO IV MARCO METODOLÓGICO

4.1. Metodología

El presente estudio captó la información de fuentes primarias y fue complementado con fuentes secundarias que sirvieron para dar un sustento profesional al trabajo, la revisión de las mismas se realizó con rigurosidad, seleccionando cada una de manera que fueron idóneas para esta investigación.

El enfoque metodológico que sirvió de base para este informe de Trabajo Dirigido es netamente cualitativo, puesto que el eje central del mismo fue realizar un programa radial enfocado al apoyo psicológico y la contención emocional en tiempos de pandemia de Covid-19.

Barragán (2007, p. 93), explica que el enfoque cualitativo se entiende como “una serie de prácticas que no se encuentran ligadas a una determinada teoría o paradigma”. Además, este enfoque se expresa sin la intervención de estadísticas matemáticas y es el investigador el instrumento directo de acopio de información.

4.2. Método

Münch y Ángeles (2000) señalan que la palabra método proviene del griego meta que significa al lado y odos que es camino, es decir el lado del camino. Así que “en su sentido más amplio significa el camino más adecuado para lograr un fin” (p. 13). Este punto fue clave para la investigación puesto que marcó el horizonte a seguir en el proceso del trabajo.

El método que se aplicó fue el análisis y síntesis, puesto que al inicio de la propuesta para realizar el programa Que Bonita es Esta Vida se investigó, se recabó y analizó toda la información posible para realizar el respectivo trabajo y luego se plasmó en síntesis para distribuir lo investigado en cada emisión.

Para Rodríguez, Barrios y Fuentes (1984), el análisis es una descripción o interpretación, la separación de un todo, mientras que la síntesis es la integración de los elementos analizados.

4.2.1. Técnicas

Según Barragán (2007) se pueden considerar a las técnicas como operaciones concretas para realizar el método. Münch y Ángeles (2000), agregan que son “el conjunto de instrumentos y medios a través de los cuales se efectúa el método”, proporcionan las herramientas para recorrer el camino a seguir.

Las técnicas que se usaron para este trabajo son el análisis documental y la entrevista.

a) Análisis documental

Según Solís (2003), citado por Peña y Pirela (2007, p. 59), el análisis documental consiste en “seleccionar ideas informativamente relevantes de un documento, a fin de expresar su contenido sin ambigüedades para recuperar la información contenida en él”. Para el informe esta técnica fue fundamental para organizar la información y sustentar teóricamente la propuesta que se presenta.

b) Entrevista

Münch y Ángeles (2000, p. 52), definen a la entrevista como una conversación entre dos personas, una es el entrevistador, el que solicita información, y la otra él entrevistado o la entrevistada. Además, Cerda (2011) añade que esta conversación tiene un propósito definido en función del tema que se investiga.

Esta técnica sirvió para la propuesta del programa como tal y fue el sustento de cada emisión, para ayudar a respaldar el objetivo central del Trabajo Dirigido con entrevistas a expertos en el área psicología.

4.2.2. Instrumentos

Los instrumentos que se usaron fueron la guía de entrevista, libros, bolígrafos, computadoras, consola y micrófonos.

4.3. Etapas de la producción

- **Preproducción**

En la etapa de pre-producción se debe contemplar los recursos que se tiene y se necesitan para llevar a cabo el programa planteado, Olivos (2016, p. 54), explica que este es el momento donde nacen las ideas, se decide el tema, se prepara el proyecto se organiza y se asignan tareas correspondientes, se redactan guiones después de su respectiva investigación.

Como se expresa en el párrafo anterior, el programa ¡Qué Bonita es Esta Vida! cumplió con cada uno de esos aspectos dentro del área de pre-producción para poder trabajar de manera ordenada y darle un sentido que apoye a lograr los objetivos del presente trabajo.

Se plantearon los siguientes aspectos:

- Objetivos
- Público meta
- Horario
- Locutores
- Sectores del programa
- Línea grafica
- Inserciones musicales

- **Producción**

En esta etapa se pone en marcha todo lo planificado en la etapa de pre-producción, en palabras de Robleto y Zamora (2015) la etapa de producción inicia con todos los detalles confirmados, los recursos obtenidos y los ensayos realizados, además recalca que es de suma importancia la concentración y coordinación entre los integrantes del equipo de trabajo, locutores, director y operadores.

El programa ¡Qué Bonita es Esta Vida! tiene la característica de ser en directo, la puesta en escena combina elementos previamente preparados, como las cápsulas con los elementos en directo como fueron las entrevistas, esto hace que el programa sea dinámico; pero sobre todo que sea un reto para la producción en cuanto a coordinación y emisión.

- **Post producción**

En la post producción se realizó el trabajo de edición en caso de que el programa fuese grabado, que a decir de Ágreda y Almeida (2016), la edición ayuda a eliminar errores, silencios o repeticiones de palabras, además brinda la oportunidad de recortar tiempos de ser necesario.

En el caso del programa ¡Qué Bonita es Esta Vida! se tomó el área de post producción en la realización de las cápsulas del sector La curiosidad mato al gato, las cuales se emiten en el programa en directo como elemento cualitativo.

CAPÍTULO V

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

CAPÍTULO V PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

5.1. Pre producción

En esta etapa se define los aspectos generales del nuevo contenido del programa radial ¡Qué Bonita es Esta Vida!, entendiéndose que en su momento de creación en junio del 2019 nace como revista miscelánea, pero que a raíz de la pandemia y con propósitos de realizar el presente trabajo se adecua sus contenidos a las necesidades de la audiencia, estas son las bases sobre las cuales se construyó cada programa individualmente a partir del 6 de octubre del 2020 (Ver anexo 1).

El programa radial ¡Qué Bonita es Esta Vida! de acuerdo a la clasificación que realiza Aler (2009) es una revista matinal, especializada por el tema en su contenido de salud, que tiene como público objetivo a jóvenes y adultos entre 18 a 45 años (Ver página 21 La radio revista).

5.2. Aspectos generales ¡Qué bonita es esta vida!

Entendiendo por programa al conjunto de emisiones que tendrán una temática, que estarán agrupadas bajo un mismo título permanente así lo explica Kaplum (1999).

El autor ya mencionado, explica que proyectar un programa involucra, crear una estructura, definir el carácter, su temática, su contenido, su género o formato, sus características distintivas. En este acápite se explicará cada una de las etapas y características del programa como el porqué del nombre, la misión, visión y valores, los objetivos y los puntos que son necesarios según el autor.

- **Porqué del nombre**

¡Qué Bonita es Esta Vida!, significa recordar que estar vivo es un regalo, porque la vida no es algo estático, cambia, te da cosas te las quita, por eso es importante centrar la seguridad en uno mismo. Pues la vida es una constante de cosas, personas, situaciones, que van y vienen, y eso es lo bonito de la vida, que te sorprendan.

- **Misión** ¡Qué Bonita es Esta Vida! es una revista radial especializada en psicología, con carácter social y cultural. Produce, transmite y promueve un programa de calidad que contribuye a la labor social para mejorar la salud mental.
- **Visión** Constituirnos en un programa referente regional, promoviendo la educación de manera dinámica, utilizando las redes sociales y la tecnología como arma de trabajo, logrando altos estándares de audiencia a nivel La Paz y El Alto.
- **Valores** La revista ¡Qué Bonita es Esta Vida! Se fundamenta en los valores de:

Honestidad. - Actuar con congruencia para generar confianza y credibilidad.

Solidaridad. - Acompañar a aquellos que más lo necesiten, movimientos y personas cuyos intereses y principios son afines al programa ¡Qué Bonita es Esta Vida! y a la radio Universitaria San Andrés 97.6 FM.

Tolerancia. - Convivencia armónica entre diferentes.

Lealtad. - Entendido como un compromiso auténtico con la causa del programa ¡Qué Bonita es Esta Vida!

- **Objetivo general del programa radial ¡Qué Bonita es Esta Vida!**

Promover la salud mental para contener las secuelas de la pandemia del Covid-19.

- **Objetivos específicos del programa radial ¡Qué Bonita es Esta Vida!**

Prevenir los efectos psicológicos del encierro y de la cuarentena.

Dar pautas para sobrellevar afecciones emocionales y/ psicológicas.

- **Público meta**

Para este título nos apoyaremos en trabajo Araya (2004), quien explica la importancia de delimitar el público meta con los siguientes perfiles:

- **Perfil geográfico.** - referido a la región, condición, ya sea urbana o rural.
- **Perfil demográfico.** - ingreso económico, edad, género y etapa de vida.

- **Perfil pictográfico.** - valores, actitudes, personalidad y estilo de vida.

Siguiendo esa directriz a continuación se delimita el público meta del programa radial ¡Qué bonita es esta vida!, considerando que el público bienvenido, como menciona Araya (2004), es un público secundario que podrían ser personas que acompañan a los oyentes que son el público objetivo o público meta.

- **Perfil geográfico.** - área urbana, ciudad de La Paz – Bolivia
- **Perfil demográfico.** - hombres y mujeres de 18 a 45 años, solteros o casados.
- **Perfil pictográfico.** - integridad, coherencia, actitud positiva y proactiva.

Con todos los elementos ya desarrollados se avanza a la estructura formal del programa, En palabras de Kaplún (1999) este proceso suele ser moroso porque requiere madurar la idea del contenido y los elementos radiofónicos que se usaran para su cometido.

5.3. Contenido del programa

Para iniciar presentamos a continuación la ficha técnica del programa:

<p style="text-align: center;">¡Qué bonita es esta vida!</p> <p>Horario: 9:00 A 10: 00 am</p> <p>Duración: Una hora (50 minutos)</p> <p>Frecuencia: Intermedia martes – jueves</p> <p>Nombre: ¡Qué Bonita es Esta Vida!</p> <p>Público meta: hombres y mujeres de 18 a 45 años</p> <p>Formato: Revista especializada</p> <p>Emisora: Radio Universitaria San Andrés 97.6 FM</p> <p>Locutores: Ruth Abigail Mamani Maquera y Bricia Mamani Condori</p>
--

Una vez descrita la ficha técnica se expone a continuación cada sector que compone el programa ¡Qué bonita es esta vida!

- **La frase del día:** este sector inicia el programa, puesto que trae una frase de reflexión para la jornada, además de ser el pie para todos los demás sectores que se desarrollaran en el transcurso una hora de programación.

Gráfico 2. La frase del día – 6 de abril 2021



El gráfico 2 es un elemento usado durante las emisiones del programa ¡Qué bonita es esta vida! Autoría propia.

- **Sector “La curiosidad mato al gato”**

En este sector se usó la cápsula radial como elemento para comunicar un mensaje corto y reforzar el tema que se abordó en cada programa, siendo así un elemento dinámico y entretenido que aportó valor al contenido.

Cumpliendo de este modo con su definición que a decir de Naula (2020) y Méndez (2017), la capsula radial comprende información sintetizada y simplificada acerca de un tema de interés general, asimismo su objetivo es emitir un mensaje claro y conciso en un breve lapso de tiempo que oscila entre los 45 segundos a 3 minutos.

A continuación, exponemos el guion técnico con el cual se realizó las grabaciones de este material, posteriormente utilizados en las transmisiones en directo.

Tabla 5. Guion técnico de la cápsula “La curiosidad mato al gato”

31		El comercio electrónico ha sido impulsado por la contingencia sanitaria, ya que las personas en aislamiento buscan satisfacer sus necesidades básicas para sobre vivir a la cuarentena.	25"	1'34"
32				
33				
34	CONTROL	<u>MUSICA DE LA PANTERA ROSA POR 2" EN 1P LUEGO BAJA Y SE MANTIENE EN 3P</u>	2"	1'36"
35				
36	NARRADOR	*telemedicina y asistentes de voz que dan recomendaciones sobre síntomas.	35"	2'11"
37		Estos son profesionales de la salud como nutriólogos, médicos y entrenadores se han tenido que adaptar a cambiar su consulta con pacientes de forma presencial al formato virtual.		
38				
39				
40				
41	CONTROL	<u>MUSICA DE LA PANTERA ROSA POR 2" EN 1P LUEGO BAJA Y SE MANTIENE EN 3P</u>	2"	2'13"
42				
43		*Moda digital surge con fuerza en la pandemia.	30"	2'43"
44	NARRADOR	A pesar de haberse resistido por mucho tiempo, la industria de la moda ha tenido que dar un salto de 360 grados hacia lo digital. Debido a las cancelaciones de pasarelas y semanas de la moda por todo el mundo.		
45				
46				
47	CONTROL	<u>MUSICA DE LA PANTERA ROSA POR 1" EN 1P LUEGO BAJA Y SE MANTIENE EN 3P</u>	2"	2'45"
48				
49		- Eso fue todo en la curiosidad mato al gato	5"	2'50"
50		<u>MUSICA DE LA PANRERA ROSA POR 3" EN 1P LUEGO BAJA Y SE MANTIENE EN 1P</u>	10"	3'00"
51	CONTROL			
29		<u>SE MANTIENE EN 3P</u>	<u>2"</u>	1'9"

La tabla 4 es un ejemplo de cómo se trabajaron los guiones previos a las grabaciones. Autoría propia.

- Sector “En dialogo”

El sector “En dialogo” tiene la característica de presentar al invitado del día, que son especialistas de diferentes áreas, psicólogos, médicos, nutricionistas, etc. Por eso es importante destacar la importancia de la entrevista y el entrevistador.

Para Granato de Garso (1996) el poder del entrevistador es ejercido con límites, así pues, el entrevistador contacta a la audiencia con las fuentes; sin embargo, tiene poderosas armas en sus manos para mostrar la realidad desde la perspectiva que desee.

Por otra parte, la entrevista como tal es para J.Comer (1991), citado por Granato de Garso (1996, p. 11), define a la entrevista como un “encuentro social, una categoría que abarca las más variadas formas discursivas lo cual impide a la formulación de una teoría genérica muy acotada, pero que; sin embargo, muestra ciertas consistencias de visualización y de uso del lenguaje”. Para Kaplún (1999), la entrevista es un “dialogo basado en preguntas y respuestas resulta por ello siempre más interesante y dinámica que la charla monologa”.

- La elección del entrevistado

Dependiendo del tema a abordar ya planificado según agenda se busca al entrevistado al respecto Kaplum (1999), argumenta que lograr una buena entrevista no es fácil, requiere de un entrevistador capaz y un entrevistado didáctico, claro y dúctil”.

Como bien dice el autor ya citado es importante tener claro por qué se requiere entrevistar y saber cuál es el objetivo del entrevistado y el objetivo que persigue la entrevista puesto que se encara la radio como un medio educativo constructivo.

Es menester conocer los tipos de entrevistas para luego dilucidar en cual se enmarcó las entrevistas realizadas en el programa aquí expuesto.

Kaplún (1999) muestra tres categorías:

- A. Espontaneas, con poca o ninguna preparación.

B. Preparadas a base de un esquema

C. Completamente escritas

Observando las categorías explicadas por el autor el programa ¡Qué Bonita es Esta Vida! se enmarco en el inciso B, entrevistas preparadas a base de un esquema.

Este tipo de entrevistas son el punto intermedio entre las espontaneas y las escritas, brinda la posibilidad de flexibilidad, pero con previa conversación entre entrevistador y entrevistado puesto que de esto surge un esquema y la dirección de la entrevista.

Este fue en su totalidad el tipo de entrevista que se empleó para poder cumplir con el objetivo principal del programa que es promover la salud mental para contener las secuelas de la pandemia del Covid-19.

- **La consistencia del proyecto**

Bien lo explica Kaplún (1999) cuando dice que para concretar un proyecto radial se debe redactar un guion piloto, aunque este suele someterse a modificaciones, ayuda a ver la totalidad del programa y medir los tiempos de cada sector.

Con los sectores y sus características definidas se procedió a la creación del guion técnico que sería la guía a la hora de realizar la transmisión en directo a través de frecuencia radial la casa emisora Radio Universitaria San Andrés 97.6 FM y el respectivo estraming en las plataformas de redes sociales (Facebook).

A continuación, ponemos el ejemplo de guion técnico.

Tabla 6. Guion Técnico de ¡QUE BONITA ES ESTA VIDA!

<u>GUIÓN TÉCNICO</u>				
Programa: ¡QUE BONITA ES ESTA VIDA!		Fecha: 13/04/2021		
Duración: 1:00 hr				
Emisión: martes y jueves				
Emisora: Radio Universitaria San Andrés 97.6 FM				
1	CONTENIDO	DESARROLLO	TP	TT
2	<u>CONTROL</u>	<u>ID TEMA CARACTERISTICO DEL PROGRAMA: QUE BONITA ES ESTA VIDA</u>	1'30"	01'30"
3	<u>CONTROL</u>	<u>FONDO MUSICAL, QUEDA EN 3er PLANO</u>	30"	2'00"
4	BRICIA RUTH	Saludo redes sociales y felicitaciones cumpleaños - Presentan agenda del día	4'00"	6'00"
5	BRICIA	Presenta sector:	30"	6'30"
6	<u>CONTROL</u>	<u>REJILLA: FRASE DEL DIA</u>	30"	7'00"
7	RUTH	Lee la frase	30'00"	7'30"
8	RUTH BRICIA	Reflexión y comentario Presenta	2'00"	9'30"
9	<u>CONTROL</u>	<u>REJILLA: LA CURIOSIDAD MATO AL GATO</u>	30"	10'00"
10	RUTH	Presenta la nota	30'00"	10'30"
11	<u>CONTROL</u>	<u>DÍA INTERNACIONAL DEL BESO</u>	'3'00'	13'30"
12	RUTH BRICIA	Comentan con datos científicos Vox populi	4'00"	17'30"
13	RUTH BRICIA	Participación de la gente acerca de la nota curiosa.	4'00"	23'30"
14	RUTH	Manda pausa.	30'00"	24'00"
15	<u>CONTROL</u>	<u>ID YA VOLVEMOS PAUSA COMERCIAL ID ESTAMOS DE REGRESO</u>	5'00"	29'00"
16	BRICIA	Presenta el sector en dialogo	30'00"	29'30"
17	<u>CONTROL</u>	<u>REJILLA: EN DIALOGO</u>	30'00"	30'00"

18	RUTH BRICIA	Invitado especial: psicólogo Tema: Relaciones saludables de pareja	4'30"	34'30"
19	RUTH BRICIA	Desarrollo de la entrevista y preguntas	18'00"	52'30"
20	TODOS	Conclusiones del tema	4'30"	57'00"
21	RUTH BRICIA	Despedida del programa	3'00"	60'00"
22	<u>CONTROL</u>	<u>ID TEMA CARACTERISTICO DEL PROGRAMA</u>	1'00"	1'00"

En la *tabla 6* se ve un ejemplo del guion técnico que guio el programa en su emisión en directo. Autoría propia.

5.4. Planes de trabajo

La improvisación no tiene cabida en un programa de radio, así lo menciona Araya (2004), la producción de un programa radial requiere un proceso riguroso de planificación destacando la importancia del mismo.

Para este autor los planes son un instrumento para organizar actividades que se deben ejecutar en un periodo determinado. Estos a su vez responden a los objetivos que deben cumplirse de manera estructurada.

Siendo que el ciclo de trabajo se definió en 6 meses se trabajó en planes de corto plazo de manera semanal y mensual. En las planificaciones semanales se destacó la elección de temas a abordar con los invitados, y los elementos comunicacionales que reforzarían esto, así son la cápsula de “La curiosidad mato al gato” y la “Frase del día”.

Tabla 7..Planificación semanal del programa ¡Qué Bonita es Esta Vida!

	SECTOR: La frase del día	SECTOR: La curiosidad mato al gato	SECTOR: En dialogo	INVITADO
Martes 06 de Abril	Un atleta no puede correr con el dinero en sus bolsillos. Debe trabajar con la esperanza en su corazón y los sueños en su cabeza. Emil Zapotek	Día mundial de la actividad física.	Sin salud mental no hay salud física.	Psicólogo
Jueves 08 de Abril	La salud es la mayor posesión. La alegría es el mayor tesoro. La confianza es el mayor amigo (Lao Tzu)	Día mundial de la salud.	La inocuidad de los alimentos.	Nutricionista

En la *tabla 7* se ve un ejemplo de planilla de planificación que se realizó para el programa. Autoría propia.

5.5. Línea grafica

Dentro de la producción se contempla también la creación de los elementos visuales que identificaran al programa radial ¡Qué bonita es Esta Vida! en la red social la Facebook y las respectivas transmisiones por streaming.

Es importante considerar este acápite porque “tener una línea gráfica presenta muchos beneficios para cualquier marca, pues sirve como diferenciador, además de aportar una imagen mucho más profesional a los ojos de los usuarios.” considerando las diferentes plataformas en las cuales se difunde el programa radial (endor, 2020).

5.5.1. Elementos básicos de la identidad

Para poder explicar como corresponde en este acápite exponemos a continuación los elementos básicos de identidad como ser la marca, el logotipo, la tipografía, colores.

- **La marca**, para Vega, s.f., la marca es la imagen al rededor de la cual se va a generar todo un sistema de asociaciones mentales relacionadas con una entidad o un producto.

Según la Real Academia Española – RAE (2001), marca es la señal hecha en una persona, animal o cosa, para distinguirla de otra, o denotar calidad o pertenencia.

5.5.2. El logotipo

El logotipo “está compuesto por dos elementos, la forma verbal y la forma visual” (Vega, s.f. p. 1). Solo si existen estos dos elementos podría hablarse de un logotipo que identificará una marca o en este caso un programa de radio.

Por definición, según la RAE, el “logotipo es el distintivo formado por letras, abreviaturas, etc., en conmemoración a una marca o producto”. Es decir, en una marca, es las representaciones verbales de una o varias palabras mediante signos tipográficos. No se refiere ni al icono ni al símbolo, solo a las palabras, a las tipografías.

Por consiguiente y siguiendo estos conceptos se presenta el logotipo de la revista radial ¡Qué Bonita es Esta Vida!, mismo que se utilizó durante todo el tiempo de emisión del programa y en los diferentes posts que se realizaron en Facebook.

Gráfico 3. Logotipo del programa ¡Qué Bonita es Esta Vida!



En el *gráfico 3* se observa el logo del programa, el cual lo acompañó durante todo el tiempo de emisión. Autoría propia.

Esta forma es una representación gráfica específica partiendo de un tipo de letra propio que la caracterizara y ayudara a establecer su reconocimiento en la mente de las personas. A la unión de estos dos elementos se da el nombre de logotipo.

5.5.3. Isotipo/Símbolo

Para Álvarez (2013), el isotipo/símbolo se refiere a la parte, generalmente icónica o más reconocible, de la disposición espacial en diseño de una marca ya sea corporativa, institucional o personal.

Parte importante de la creación de la marca como programa es el isotipo, el cual es característico del programa, haciendo alusión a una persona que escucha a través de audífonos, en este caso, la revista ¡Qué bonita es esta vida!

Gráfico 4. Isotipo del programa ¡Qué Bonita es Esta Vida!



El gráfico 4 muestra el isotipo que complementa al logotipo. Autoría propia.

Una vez presentado ambas partes que componen una marca, se presenta el resultado final.

Gráfico 5. Marca del programa ¡Qué Bonita es Esta Vida!



El gráfico 5 muestra la marca que representa al programa. Autoría propia.

Gráfico 6. Foto de perfil en Facebook



El en gráfico 6 se observa la imagen que formo parte de Facebook. Autoría propia.

5.5.4. Significado de los colores

Naranja: Es el color de la juventud, de las nuevas experiencias, las habilidades, la energía, en si es un color extravagante que se relaciona con la intelectualidad, es por eso que prodúcela sabiduría.

Rojo: Simboliza el poder, la acción, se lo asocia con la vitalidad, la ambición y la pasión, aporta confianza en sí mismo.

Negro: Representa la elegancia y la formalidad.

5.6. Inserciones musicales

Las inserciones musicales son importantes puesto que en radio se dibuja con sonidos, hasta se podría decir que la música tiene una función gramatical, según Kaplún (1999) sus funciones abarcan desde la expresiva, descriptiva, reflexiva y ambiental. Es así que un tema musical apropiado identifica al programa radial “tema de presentación”, es el logotipo el membrete del programa; su caratula sonora.

- **Identificación - ID**

Dentro de las inserciones musicales Barril (2018) explica que un tipo de ID es la sintonía, que es el tema musical que identifica y encuadra un programa radiofónico. Cuando hay gran familiaridad sustituye al propio mensaje hablado y cuando cierra el programa se habla de cierre musical. La revista especializada ¡Qué Bonita es Esta Vida!, para la emisión del mismo, creo su propio ID, el cual se expone a continuación.

Tabla 8. Guion técnico de elaboración de identificación de programa ¡Qué Bonita es Esta Vida!

<u>GUION TECNICO</u>				
<u>ID CARACTERISTICO DEL PROGRAMA</u>				
1	CONTENIDO	DESARROLLO	TP	TT
2	<u>CONTROL</u>	<u>MUSICA DE: KARL WINE - BAILA & TAMPA POR 3” EN 1P LUEGO BAJA Y SE MASNTIENE EN 3P</u>	3 ^{****}	3 ^{****}
3	LOCUTOR 1	Porque la vida es un regalo, llega para ti tu programa.	7 ^{****}	10 ^{****}
4	LOCUTOR 2	¡Qué bonita es esta vida!	4 ^{****}	14 ^{****}
5	<u>CONTROL</u>	<u>MUSICA DE: KARL WINE - BAILA & TAMPA SUBE A 1P Y SE MANTIENE</u>	5 ^{****}	19 ^{****}

Autoría propia

- **Cortina musical**

Otro tipo de inserción musical es la cortina musical, Kaplún (1999) y Lopez (2018), coinciden con la utilidad de esta inserción que se usa para separar contenidos, secciones

o anuncios. Con este cometido se crean las cortinas que separan los sectores del programa, la que manda a pausa comercial y la que vuelve de pausa comercial

Tabla 9. *Guion técnico de elaboración de cortinas de identificación del programa ¡Qué Bonita es Esta Vida! sector la frase del día*

<u>GUIÓN TÉCNICO</u>				
<u>CORTINA MUSICAL SECTOR LA FRASE DEL DÍA</u>				
1	CONTENIDO	DESARROLLO	TP	TT
2	<u>CONTROL</u>	<u>MUSICA DE: SOMEONE YOU LOVE – LAMBADA FRANCESA POR 2’’ EN 1P LUEGO BAJA Y SE MASNTIENE EN 3P</u>	2 ^{****}	2 ^{****}
3	LOCUTOR	La frase del día	4 ^{****}	6 ^{****}
4	<u>CONTROL</u>	<u>MUSICA DE: SOMEONE YOU LOVE – LAMBADA FRANCESA SUBE A 1P Y SE MANTINE</u>	3 ^{****}	9 ^{****}

Autoría propia

Tabla 10. *Guion técnico de elaboración de cortinas de identificación del programa ¡Qué Bonita es Esta Vida! sector la curiosidad mato al gato.*

<u>GUIÓN TÉCNICO</u>				
<u>CORTINA MUSICAL SECTOR LA CURIOSIDAD MATO AL GATO</u>				
1	CONTENIDO	DESARROLLO	TP	TT
2	<u>CONTROL</u>	<u>MUSICA DE: BATTLE SCARS REMIX POR 2’’ EN 1P LUEGO BAJA Y SE MASNTIENE EN 3P</u>	2 ^{****}	2 ^{****}
3	LOCUTOR	La curiosidad mato al gato	4 ^{****}	6 ^{****}
4	<u>CONTROL</u>	<u>MUSICA DE: BATTLE SCARS REMIX</u>	3 ^{****}	9 ^{****}

Autoría propia

Tabla 11. Guion técnico de elaboración de cortinas de identificación del programa
¡Qué Bonita es Esta Vida! sector en diálogo.

<u>GUION TECNICO</u>				
<u>CORTINA MUSICAL EN DIALOGO</u>				
1	CONTENIDO	DESARROLLO	TP	TT
2	<u>CONTROL</u>	<u>MUSICA DE: MIX DE EDICION POR 2'' EN 1P LUEGO BAJA Y SE MASNTIENE EN 3P</u>	2''''	2''''
3	LOCUTOR	En dialogo	4''''	6''''
4	<u>CONTROL</u>	<u>MUSICA DE: MIX DE EDICION POR 1P Y SE MANTINE</u>	3''''	9''''

Autoría propia

Tabla 12. Guion técnico de elaboración de cortinas de identificación del programa ¡Qué Bonita es Esta Vida! pausa comercial.

<u>GUION TECNICO</u>				
<u>CORTINA MUSICAL DE PAUSA COMERCIAL</u>				
1	CONTENIDO	DESARROLLO	TP	TT
2	<u>CONTROL</u>	<u>MUSICA DE: KARL WINE - BAILA & TAMPA POR 2'' EN 1P LUEGO BAJA Y SE MASNTIENE EN 3P</u>	2''''	2''''
3	LOCUTOR 1	No cambies el dial porque ya vuelve tu programa	4''''	6''''
4	LOCUTOR 2	¡Qué bonita es esta vida!	3''	9''''
5	<u>CONTROL</u>	<u>MUSICA DE: : KARL WINE - BAILA & TAMPA MIX DE EDICION POR 1P Y SE MANTINE</u>	3''''	12''''

Autoría propia

Tabla 13. Guion técnico de elaboración de cortinas de identificación del programa ¡Qué Bonita es Esta Vida! regreso de pausa comercial.

<u>GUION TECNICO</u>				
<u>CORTINA MUSICAL DE REGRESO DE PAUSA COMERCIAL</u>				
1	CONTENIDO	DESARROLLO	TP	TT
2	<u>CONTROL</u>	<u>MUSICA DE: KARL WINE - BAILA & TAMPA POR 2'' EN 1P LUEGO BAJA Y SE MASNTIENE EN 3P</u>	2''''	2''''
3	LOCUTOR 1	Continuamos con ¡Qué bonita es esta vida!	4''''	6''''
4	<u>CONTROL</u>	<u>MUSICA DE: : KARL WINE - BAILA & TAMPA MIX DE EDICION POR 1P Y SE MANTINE</u>	3''''	9''''

Autoría propia

5.7. Producción

Esta etapa es la puesta en escena de todo lo preparado. El programa ¡Qué Bonita es Esta Vida! creaba expectativa en Facebook con 24 horas de anticipación, posterior a esto se emitía martes y jueves por la Radio Universitaria San Andrés la cual tiene la frecuencia 97.6 FM, además de straming por Facebook en la página del programa y simultáneamente en la página de la emisora.

Para esto se ensayó un programa piloto en el cual se aclaró todas las dudas que pudiera haber; en los días de emisión se coordinaba media hora antes con los operadores proveyendo los guiones técnicos para el día respectivo y el material pre-producido.

5.8. Post producción

La etapa de post producción está implícita en la producción puesto que este programa era en directo como ya se explicó en el pasado subtítulo, pero las cápsulas que se presentan en la transmisión en directo si pasan por la etapa de post producción puesto que sí se editaban con anticipación.

5.8.1 Promoción del programa ¡Qué Bonita es Esta Vida!

Se contó con una fanpage en la red social Facebook, a través de la cual se generó expectativa 24 horas antes de cada programa, publicando un post donde se indicaba el tema de discusión y los datos del especialista que estaría abordando el tema.

Gráfico 7. Arte de expectativa en Facebook



El gráfico 7 fue creado con la intención de anunciar el tema de invitado de programa, publicado con 24hrs. de anticipación. Autoría propia.

Posterior a la emisión de cada programa se posteó las fotografías con los invitados que asistían a la entrevista y además elementos de podcast.

Gráfico 8. Fotografía de promoción en Facebook



El gráfico 8 muestra fotografías con el invitado del día, frases positivas. Autoría propia.

6.1. Resultados del alcance

Para explicar mejor los resultados, que se expondrán más adelante, se partirá por el proceso que vivió el programa ¡Qué Bonita es Esta vida! desde su primera emisión de la

segunda temporada, el cual fue únicamente por la frecuencia 97.6 FM Radio Universitaria San Andrés y en sus predios, durante un mes, octubre del 2020, no se contaba con la línea grafica necesaria para la transmisión por streaming por lo tanto no se tiene registro de audiencia en ese mes.

A partir del mes de noviembre del 2020 se inicia con la transmisión por streaming en la plataforma de Facebook mejorando así su interacción en directo y adaptando el equipo de trabajo para realizar labores de transmisión desde sus hogares por disposiciones de autoridades universitarias, para resguardar la salud de todos a causa de la Covid-19.

De este modo el programa radial ¡Qué Bonita es Esta vida! en su segunda temporada, estuvo al aire durante 6 meses calendario, desde el martes 6 de octubre del 2020 hasta el jueves 22 de abril del 2021, durante este tiempo se emito 48 programas de una hora cada uno, con una frecuencia de 2 programas por semana, los cuales salieron al aire por la frecuencia 97.6 FM de la Radio Universitaria San Andrés, al mismo tiempo que por streaming en las fanpage de Facebook de la institución y del programa.

Así también, se publicaron un total de 121 imágenes de las cuales 49 fueron de expectativa y 72 imágenes fueron de promoción de la página.

- **Imagen de expectativa:** se creó este tipo de imagen para dar a conocer que tema y que invitado especialista se tendrá en el programa en directo.
- **Imagen de promoción:** se creó este tipo de imagen para generar contenido y mantener activa la página, en esta categoría se incluye memes, imágenes informativas, frases reflexivas y fotografías con los invitados.

(Ambas categorías fueron así denominadas durante el tiempo de trabajo por las funciones que cumplían, por tanto, son de autoría propia).

A continuación, se presentan las publicaciones destacadas:

Tabla 14. Resultados de las publicaciones con más alcance

Fecha	Tipo de publicación	Alcance
10 de diciembre del 2020	Imagen de expectativa Texto: Mañana en ¡QUE BONITA ES ESTA VIDA! a la embajadora de la paz.	Personas alcanzadas: 6679 Me gustas: 116 Me encanta: 59 Me divierte: 2 Comentarios: 29 Compartidas: 101 Interacciones: 562
1 de marzo del 2021	Imagen de expectativa Texto: mañana no te pierdas tu programa ¡QUE BONITA ES ESTA VIDA! por la 97.6 FM radio Universitaria San Andrés	Personas alcanzadas: 4096 Me gustas: 161 Me encanta: 75 Me asombra: 2 Comentarios: 13 Compartidas: 21 Interacciones: 392
14 de abril del 2021	Imagen de expectativa Texto: mañana no te pierdas tu programa ¡QUE BONITA ES ESTA VIDA! por la 97.6 FM radio Universitaria San Andrés	Personas alcanzadas: 3269 Me gustas: 58 Me encanta: 90 Comentarios: 32 Compartidas: 15 Interacciones: 401

En la *tabla 12* se aclara que la descripción de cada publicación mencionada en la tabla se encuentra en el anexo 4, 5 y 6.

Autoría propia.

La fanpage del programa radial ¡Qué Bonita es Esta vida! cuenta con 1411 seguidores y 1304 likes los cuales se consiguieron de manera orgánica con las publicaciones y las transmisiones que se realizaron durante el tiempo de emisión del programa.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 15. Cronograma de actividades ¡QUE BONITA ES ESTA VIDA!

ACTIVIDADES	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES (SEPTIEMBRE 2020 - OCTUBRE 2021)													
	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT
Defesa y aprobación del perfil	04													
Producción y planificación por mes	30													
Elaboración de la investigación del trabajo dirigido		31	4,11,18,25											
Reuniones con el tutor		3,10,17,24,31	30	1,8,15,22,29										
Preproducción del programa	28,29,30	1,2	7,14,21,28	31	3,10,17,24,31									
Estreno del programa		6,8,13,15,20,22,27,29		5,12,19,26	31	7,14,21,28								
Programas emitidos en directo			3,5,10,17,19,24,26		2,8,16,23,30	28	7,14,21,28							
Programas emitidos en directo				1,3,8,10,15,17,22,24,29,31		6,13,20,27	31	4,11,18,25						
Programas emitidos en directo					5,7,12,14,19,21,26,28		6,13,20,27	22	2,9,16,23					
Programas emitidos en directo						2,4,9,11,16,18,23,25		3,10,17,24						
Programas emitidos en directo							2,4,9,11,16,18,23,25,30		1,8,15,22,29					
Programas emitidos en directo								1,6,8,13,15,29,22						
Entrega del primer borrador											05 de julio			
Entrega del segundo borrador													24 Sep.	
Devolución del segundo borrador													29 Sep.	
Pase a defensa pública														4 octubre

En la tabla 15 se observa todas las actividades que se realizaron. Autoría propia.

Tabla 16. Cronograma de actividades individuales de las integrantes de Trabajo Dirigido

ACTIVIDADES	(SEMANAS, DIAS)							
	(MESES) Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril
Estreno del programa Martes y jueves		6-8-13-15-20-22-27-29 (2020)						
RUTH: Coordinación con los invitados Lunes y viernes	25-28 (2020)		3-5-10-12-17-19-24-26 (2020)					
BRICIA: Creación de las capsulas Sábado y domingo	28-29 (2020)	02-05-09-12-16-19-23-26-30 (2020)		1-3-8-10-15-17-22-24-29-31 (2020)				
RUTH: Contenidos subidos a redes Lunes, martes, miércoles, jueves	28-29-30 (2020)	28-29 (2020)	02-06-09-13-16-20-23-27-30 (2020)		5-7-12-14-19-21-26-28 (2021)			
BRICIA: Contenidos subidos a redes sociales Miércoles y viernes	28-30 (2020)	05-06-07-08-12-13-14-15-19-20-21-22-26-27-28-29 (2020)	05-06-12-13-19-20-26-27 (2020)	02-06-08-13-16-20-23-27-30 (2020)		2-4-9-11-16-18-23-25 (2021)		
		07-09-14-16-21-23-28-30 (2020)	02-03-04-05-09-10-11-12-16-17-18-19-23-24-25-26-30 (2020)	01-07-08-14-15-21-22-28-29 (2020)	01-04-08-11-15-18-22-25-29 (2021)		2-4-9-11-16-18-23-25-30 (2021)	
			04-06-11-13-18-20-25-27 (2020)	01-02-03-07-08-09-10-14-15-16-17-21-22-23-24-28-29-30-31 (2020)	04-05-11-12-18-19-25-26 (2021)	01-05-08-12-15-19-22-26 (2021)		1-6-8-13-15-20-22 (2021)
				02-04-08-10-16-18-23-25-30 (2020)	04-05-06-07-11-12-13-14-18-19-20-21- (2021)	01-02-08-09-15-16-22-23-29 (2021)	01-05-08-12-15-19-22-26-29 (2021)	
					25-26-27-28 (2021)			
					01-06-08-13-15-20-22-27-29 (2021)	01-02-03-04-08-09-10-11-15-16-17-18-22-23-24-25 (2021)	07-08-14-15-21-22-28-29 (2021)	02-05-09-12-16 (2021)
						03-05-10-12-17-19-24-26 (2021)	01-02-03-04-08-09-10-11-15-16-17-18-22-23-24-25 (2021)	04-05-11-12-18-19 (2021)
							03-05-10-12	05-06-07-08-12-13-14-15-19-20-21-22 (2021)
								07-09-14-16-21-23 (2021)

En la *tabla 16* se observa las actividades individuales que se realizaron durante el tiempo el tiempo de tra
Autoría propia

**CONCLUSIONES
Y
RECOMENDACIONES**

Conclusiones

De acuerdo a los objetivos que se plantearon en el trabajo se partió por describir los efectos psicológicos que dejó la pandemia del Covid-19. Según diversas fuentes esta crisis sanitaria sumada a las diferentes medidas de lucha contra el Covid-19 implementadas por los gobiernos dejó al descubierto una crisis psicológica sin precedentes en la historia del mundo moderno, puesto que al no saber el comportamiento del virus la incertidumbre se incrementó. En La Paz Bolivia diferentes instituciones adaptaron sus servicios brindando primeros auxilios psicológicos a través de call center o plataformas virtuales, donde se evidenció que el estrés, la ansiedad, el duelo, la depresión, la incertidumbre, fueron los principales padecimientos de la población.

Para la pre-producción del programa radial ¡Qué bonita es esta vida!, que adaptó su contenido a raíz del Covid-19 para brindar contención psicológica, se establecieron actividades específicas como la creación de capsulas, frases motivacionales y entrevistas a especialistas psicólogos en diferentes áreas. Para esto se organizó el trabajo con planificaciones semanales y mensuales. Otras actividades que se realizaron fueron la renovación de la línea gráfica del programa misma que se usó para las transmisiones en Facebook y publicaciones de promoción.

La producción del programa pasó por diferentes momentos los cuales encaminaron a obtener un resultado satisfactorio, el alcance que logró el programa con su fanpage en la red social Facebook evidencia que los radio escuchas buscan el asesoramiento y consulta de especialistas en los diferentes temas psicológicos, simultáneamente también se deja en evidencia la necesidad de consuelo, apoyo y motivación para sobre llevar los retos que implica la pandemia. ¡Qué bonita es esta vida! puso en contacto a pacientes con psicólogos especialistas sirviendo así como mediador en la tarea de brindar contención psicológica.

Con la post producción se logró dar calidad a los mensajes contenidos en las capsulas que se difundieron en los programas en directo, cada una de ellas realizadas con previa investigación y posterior redacción de guiones y ensayos de locución.

La promoción de la revista ¡Qué Bonita es Esta Vida! en su página de Facebook contribuyó de manera favorable, esto se reflejó en el nivel de interacción con quienes seguían el programa en directo y en las reacciones de las publicaciones, las cuales fueron en promedio de 178 y 3696 personas respectivamente.

Recomendaciones

Es importante tomar en cuenta de la inversión de tiempo al realizar un programa radial, se requiere apasionarse por la labor de servir a la sociedad con el trabajo realizado y comprometerse a llevar con excelencia las responsabilidades que exige este cometido. Es importante el respectivo seguimiento académico como una brújula para no perder el norte de lo que se quiere conseguir con dicho programa radial.

La redacción del Trabajo Dirigido como la elaboración del programa, requieren de investigación, análisis y asesoramiento de los temas a abordar, es imprescindible una planificación anticipada para no caer en la improvisación de contenidos ni en el plagio, se recomienda tener rigurosidad para trabajos posteriores a este o que sean de su continuación.

Es fundamental el rol del comunicador al servicio de la comunidad y más en tiempos de crisis, como lo es la pandemia del Covid-19, por eso se recomienda que al momento de crear un programa radial o cualquier otro producto comunicacional, se observe la necesidad del público y a partir de eso proponer soluciones.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía de libros impresos

Barragán, R. (Coord.). (2007). *Guía para la formulación y ejecución de proyectos de investigación*. La paz, Bolivia: Fundación PIEB.

Cerda, H. (2011). *Los elementos de la investigación. Cómo reconocerlos, diseñarlos y construirlos*. Bogotá, Colombia: Magisterio.

Kaplún M. (1999). *Producción de programas de radio. El guion la realización*. Quito, Ecuador: Editorial Quipus - CIESPAL.

López J. (1997). *Manual Urgente Para Radialistas Apasionados*. Quito: ECUADOR.

Münch, L. y Ángeles, E. (2000). *Métodos y técnicas de investigación*. México D. F.: Trillas (2da ed.).

Rodríguez, F., Barrios, I. y Fuentes, M. (1984). *Introducción a la Metodología de las Investigaciones Sociales*. La Habana: Editora Política.

Torrico, E. (2016). *Comunicación de las matrices a los enfoques*. La Paz, Bolivia: Punto de Encuentro.

Bibliografía de documentos en pdf

Ágreda, J. y Almeida, E. (2016). *Producción Radiorevista: relatos testimoniales sobre violencia intrafamiliar* (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/7996/1/T-UCE-0009-637.pdf>

Aler (2009). *Manuales de Capacitación en Radio Popular N°1 La Entrevista*. Recuperado de <https://arpas.org.sv/manuales-de-aler/>

Aler (2009). *Manuales de Capacitación en Radio Popular N°3 Radio Revista*. Recuperado de https://issuu.com/pabloismaelc/docs/manual_3_la_radiorevista

Alvares, M. (2013). Construcción de la identidad visual televisiva del canal 13, Televisión Universitaria (TVU), a través de la continuidad de los elementos gráficos y el uso del manual de estilo para su aplicación (Proyecto de grado de licenciatura).

Recuperado

https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/19275/1.%20PROYECTO%20DE%20GRADO_%20Construcci%C3%B3n%20de%20la%20Identidad%20Visual%20del%20Canal%2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Anchivilca, M. (2003). Cómo diseñar un programa radial. Manual de producción radial. *Revista de comunicación práctica*. Recuperado de

<https://www.radioina.com/images/stories/fotos/pdf/diseno.pdf>

Araya, C. (2004). Cómo planear un programa de radio. *Revista Educación* 28(1).

Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/440/44028115.pdf>

Beltrán, L. (2010, 7 de junio). Comunicación para la salud del pueblo: una revisión de conceptos básicos. *Estudios sobre las culturas contemporáneas: Época II Vol. XVI. Núm. 31, Colima, pp. 17-65*. Recuperado de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3266158>

Beltrán, R. (2005). *La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo*. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Buenos Aires. Recuperado de www.infoamerica.org/teoria_textos/lrb_com_desarrollo.pdf

Castro, E. y Duarte, E. (2014, 2 julio-diciembre). Potencialidades de la radio para la popularización tecnocientífica en el estado Zulia. *Revista QUÓRUM ACADÉMICO*, pp. 240-261. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1990/199032627004.pdf>

Choque, R. (2005). *Comunicación y educación para la promoción de la salud*. Lima – Perú. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/comyedusalud.pdf>

Defensoría del pueblo estado plurinacional de Bolivia (marzo del 2020) *Informe Sobre el Impacto De Covid-19 En Los Pueblos Indígenas En El Estado Plurinacional De*

Bolivia. Recuperado de: <https://www.defensoria.gob.bo/uploads/files/informe-npioc-relator-nnuu.pdf>

Fábregas, M., Tafur, A., Guillén, A., Bolaños, L., Méndez, J. L. y Fernández de Sevilla, P. (2018). *Guía de estilo sobre salud mental para medios de comunicación: las palabras sí importan*. Madrid: Confederación SALUD MENTAL ESPAÑA. Recuperado de <https://consaludmental.org/publicaciones/Guia-estilo-salud-mental.pdf>

Fundación Manuel Mejía (2012). *Comunicándonos a través de la radio*. Recuperado de <https://fconcordiaylibertad.org/hmasd/272materiales/social/Medios.pdf>

González, G. (2019). *Comunicación en Salud: conceptos y herramientas*. Argentina: Universidad Nacional de General Sarmiento. Recuperado de <https://ediciones.ungs.edu.ar/wp-content/uploads/2019/09/9789876304139-completo.pdf>

Granato de Grasso, L. (1996). *Estructura discursiva de la entrevista radial*. Buenos Aires, Argentina. Recuperado de <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.209/pm.209.pdf>

Instituto de Investigaciones en Ciencias del Comportamiento. (2020). *Los impactos sociales y psicológicos del Covid 19 en Bolivia*. Recuperado de http://www.iisec.ucb.edu.bo/assets_iisec/publicacion/Revisado_Serie_n_3_LOS_IMPACTOS_SOCIALES_Y_PSIKOLOGICOS_DE_LA_PANDEMIA_DE_COVID-19_EN_BOLIVIA_pdf.pdf

Instituto de Investigaciones en Ciencias del Comportamiento. (Abril 2020). *Efectos psicológicos y sociales durante la cuarentena en Bolivia: resultados preliminares*. Recuperado de http://www.iisec.ucb.edu.bo/assets_iisec/publicacion_observatorio/infografia_final_1.pdf

Legorburu, J. (2001). *Utilidad y eficacia de la comunicación radiofónica en el proceso educativo* (Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid). Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/19709249.pdf>

Mendiz, R. (2017). *Eficacia de las cápsulas radiofónicas en el contexto escolar como método para el cambio en las actitudes alimentarias* (Tesis doctoral). Recuperado de <http://www.doctorado-comunicacion.es/ficheros/doctorandos/H158.pdf>

Meza, E., García, S., Torres, A., Castillo, L. Sauri, S. y Martínez, B. (2008, 1 enero). El proceso del duelo. Un mecanismo humano para el manejo de las pérdidas emocionales *Revista de Especialidades Médico-Quirúrgicas*. Recuperado de <https://biblat.unam.mx/hevila/Revistadeespecialidadesmedicoquirurgicas/2008/vol13/no1/7.pdf>

Naula, G. (2020). *Producción de cápsulas radiales como instrumento de educación y sensibilización para el eficiente del tranvía cuatro ríos de cuenca* (Tesis de licenciatura). Recuperado de: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/18585/1/UPS-CT008719.pdf>

Olivo, D. (2016). *Plan de funcionamiento y operatividad para CSR Radio de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación*. (Tesis de licenciatura). Recuperado de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/1168/1/T-UIDE-0901.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2020) *Periodismo, libertad de prensa y Covid-19*. Recuperado de https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_covid_brief_es.pdf

Organización Mundial de la Salud (2014). *Documentos Básicos*. (48.a ed.). Italy. Recuperado de <https://apps.who.int/gb/bd/PDF/bd48/basic-documents-48th-edition-sp.pdf>

Organización Panamericana de la Salud. (2019). *Entender la infodemia y la desinformación en la lucha contra el Covid-19*. Recuperado

de <https://miradorsalud.com/wp-content/uploads/2020/09/FS-Infodemic-covid-19-SPA.pdf>

Pérez J., s.f. *Trata El Estrés Con PNL* . recuperado de <https://www.cerasa.es/media/areces/files/book-attachment-1677.pdf>

Robleto, K. y Zamora, G. (2015). *Sistematización de experiencia como colaboradoras en el área de producción de la Radio-revista Seguimos Pa'lante en radio Estrella del Mar* (Tesis de licenciatura). Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/45286469.pdf>

Taberno, C., Arenas, A., Cuadrado, E. y Luque, B. (2014). Incertidumbre Y Orientación Hacia Los Errores En Tiempos De Crisis. La Importancia De Generar Confianza Fomentando La Eficacia Colectiva. *Papeles del Psicólogo*. Recuperado de <http://www.papelesdelpsicologo.es/pdf/2361.pdf>

Vega, s.f.: *diseño de identidad visual*. Recuperado de <http://www.eugeniovega.es/paidos/brand.pdf>

Bibliografía de la Web

¿Cómo se Vive la Pandemia en el Área Rural? (juño del 2020) NATIVA (Naturaleza, Tierra y Vida). Recuperado de: <https://nativabolivia.org/acerca-de-nosotros/>

Amaya, A. (2020, 27 de marzo). Francia prolonga su confinamiento obligatorio dos semanas más. *France 24*. Recuperado de <https://www.france24.com/es/20200327-francia-prolonga-confinamiento-avance-coronavirus>

Argensola, s.f. *Incertidumbre dentro de Psicología y Psicoterapia*. Recuperado de <https://psicologiaypsicoterapia.com/la-incertidumbre/>

Asociación Guipuzcoana de Familiares y Personas con Problemas de Salud Mental (2013). *¿Te imaginas que todos podamos gozar de Salud Mental?* País Vasco- España.

Recuperado de <https://agifes.org/es/campanas/salud-mental-para-todos/nueva-definicion-salud-mental>

Barril, C. (6 de noviembre del 2018) *La música en la radio. Tipo. Inserciones musicales en radio*. Recuperado de <http://eriamusicacuarto.blogspot.com/2018/06/la-musica-en-la-radio-tipos-inserciones.html?m=1>

Biblioteca nacional de medicina de los EEUU. (Febrero de 2021). *Depresión*. Recuperado de <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/003213.htm>

Centro para el Control y la Prevención de Enfermedades (17 de noviembre del 2020). *Distanciamiento social*. Recuperado de <https://espanol.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/prevent-getting-sick/social-distancing.html>

Clínica Galatea. (2019). *¿Qué es el duelo?*. Recuperado de <https://www.clinica-galatea.com/es/bloc/duelo/>

Confirman dos casos de coronavirus en Bolivia. (10 de marzo del 2020). EL DEBER. Recuperado de: https://eldeber.com.bo/pais/confirman-dos-casos-de-coronavirus-en-bolivia_169041

Dávila, E. y Portugal, R. (2018). Consumo y hábitos de la radio tradicional frente a la radio on line, en audiencias universitarias en Bolivia, *Chasqui Revista Latinoamericana de comunicación*. Recuperado de <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/4162/3218>

Endor (2021). *Herramientas para crear una línea gráfica en redes sociales*. Recuperado de <https://www.grupoendor.com/importancia-linea-grafica/>

First, M. (marzo de 2020). Introducción a las Enfermedades Mentales. Recuperado de <https://www.msmanuals.com/es/hogar/trastornos-de-la-salud-mental/introducci%C3%B3n-al-cuidado-de-la-salud-mental/introducci%C3%B3n-a-las-enfermedades-mentales>

García J. (2013). *Qué es la ansiedad*. Recuperado de http://www.psicoterapeutas.com/trastornos/ansiedad/que_es_ansiedad.html

Instituto Nacional del Cáncer, s.f.: *Estrés*. Recuperado de <https://www.cancer.gov/espanol/publicaciones/diccionarios/diccionario-cancer/def/estres>

Ministerio de Salud y Deportes de Bolivia (2020). *Normas y técnicas de procedimientos de bioseguridad para prevención del contagio de Covid-19*. Recuperado de <https://www.minsalud.gob.bo/component/jdownloads/?task=download.send&id=446&catid=30&m=0&Itemid=646>

Ministerio de Salud y Deportes de Bolivia. (Abril de 2021). *Epidemiología: 1.330 nuevos casos de covid-19 reportados, 9.833 pruebas negativas y 619.794 dosis de la vacuna contra el virus fueron aplicadas hasta la fecha*, Recuperado de: <https://www.minsalud.gob.bo/5475-epidemiologia-1-330-nuevos-casos-de-covid-19-reportados-9-833-pruebas-negativas-y-619-794-dosis-de-la-vacuna-contr-el-virus-fueron-aplicadas-hasta-la-fecha>

Nieves, S. (2020, 11 de agosto). Rusia anuncia el registro de la primera vacuna contra la COVID-19. *Gaceta Médica*. Recuperado de <https://gacetamedica.com/investigacion/rusia-anuncia-el-registro-de-la-primera-vacuna-contr-la-covid-19/>

Organización Mundial de la Salud (2021). *Cuidar nuestra salud mental*. Recuperado de https://www.who.int/es/campaigns/connecting-the-world-to-combat-coronavirus/healthyathome/healthyathome---mental-health?gclid=Cj0KCQjwyN-DBhCDARIsAFOELTnUaU8UwsCY6y8vVMjac3uCUJxmSpXC46oLRIGDDKVha-heLfAsl0aApraEALw_wcB

Organización Mundial de la Salud s.f. *Depresión*. Recuperado de <https://www.paho.org/es/temas/depresion#:~:text=La%20depresi%C3%B3n%20es%20u>

na%20enfermedad%20que%20se%20caracteriza%20por%20una,durante%20al%20men
os%20dos%20semanas.

Organización mundial de la Salud. (2020). *La OMS publica su primera validación para uso en emergencias de una vacuna contra la COVID-19 y hace hincapié en la necesidad de un acceso mundial equitativo*. Recuperado de <https://www.who.int/es/news/item/31-12-2020-who-issues-its-first-emergency-use-validation-for-a-covid-19-vaccine-and-emphasizes-need-for-equitable-global-access>

Organización mundial de la Salud. (2021). *Cronología de la respuesta de la OMS a la COVID-19*. Recuperado de <https://www.who.int/es/news/item/29-06-2020-covidtimeline>

Organización Panamericana de la Salud. (Julio 2020). *Líderes mujeres llaman a integrar la salud mental en la respuesta al COVID-19*. Recuperado de <https://www.paho.org/es/noticias/17-7-2020-lideres-mujeres-llaman-integrar-salud-mental-respuesta-al-covid-19#:~:text=L%C3%ADderes%20mujeres%20de%20Am%C3%A9rica%20Latina,un%20incremento%20de%20enfermedades%20mentales.>

Ortiz, M. (21 de abril de 2020). *Hacinadas y sin recursos: la cuarentena de las familias en un cuarto de alquiler. Página 7*. Recuperado de <https://www.paginasiete.bo/gente/2020/4/21/hacinadas-sin-recursos-la-cuarentena-de-las-familias-en-un-cuarto-de-alquiler-253226.html>

Oxford Languages, s.f. *Incertidumbre*. Recuperado de <https://languages.oup.com/google-dictionary-es/>

Palacios, J. (Abril, 2020). *44 familias vulnerables de El Alto reciben apoyo de UNICEF y la Gobernación de La Paz. Unicef para cada niño*. Recuperado de <https://www.unicef.org/bolivia/historias/44-familias-vulnerables-de-el-alto-reciben-apoyo-de-unicef-y-la-gobernaci%C3%B3n-de-la-paz>

Real Academia Española. (2005). *El estrés*. Recuperado de <https://www.rae.es/dpd/estr%C3%A9s>

Rizo, M. (diciembre del 2016). *La psicología como fuente teórica de la comunicación. Andamios revista de investigación social*. Recuperado de: <https://andamios.uacm.edu.mx/index.php/andamios/article/view/346/327>

Román, A. (2020). *Psicología Social y su importancia en Pandemia*. Recuperado de <https://antonioroman.info/psicologia-social-y-su-importancia-en-pandemia/>

Ruiz, A. (2019). *La Psicología Como Ciencia En El Afrontamiento A La Covid-19: Apuntes Generales*. Recuperado de. <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=http://www.revistaccuba.sld.cu/index.php/revacc/article/viewFile/839/856>

Sanguineti, S. y Pereyra, M. (Comps.). (2013). *Vocación de Radio: Procesos de producción*. Córdoba: Brujas. Recuperado de https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/4637/sanguineti_pereyra_vocacion_radio.pdf?sequence=6&isAllowed=y

Savia. (16 de febrero del 2021) *Secuelas psicológicas por la pandemia de la COVID-19*. Recuperado de <https://www.saludsavia.com/contenidos-salud/articulos-especializados/secuelas-psicologicas-por-la-pandemia-de-la-covid-19>

Solís, A. (2020, 23 de marzo). Emergencia mundial: ¿En qué países se ha ordenado el confinamiento?. *Economía Digital*. Recuperado de https://www.economiadigital.es/politica/cuarentena-por-coronavirus-en-que-paises-se-ha-declarado-el-confinamiento_20046621_102.html

Universidad Mayor de San Andrés (2017). *Resolución RegU-060/17 - Reglamento de Constitución y Funcionamiento de Radio Universitaria San Andrés - VIII Títulos y 33 Artículos*: Recuperado de <https://gaceta.umsa.bo/bitstream/handle/umsa/28952/HCU-060-17.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Universidad Mayor de San Andrés (2018). *Resolución HCU-638/18 - Artículo Único. Conformar el Directorio Representativo la Radio Universitaria San Andrés*. Recuperado de <https://gaceta.umsa.bo/bitstream/handle/umsa/33448/HCU-638-18.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Universidad Mayor de San Andrés (2019). *Resolución CE-483/19 - Aprobar la división del ítem asignado a "RADIO UNIVERSITARIA SAN ANDRÉS", en tres (3) iguales correspondientes al nivel 8 de la Planilla Administrativa*. Recuperado de <https://gaceta.umsa.bo/bitstream/handle/umsa/37078/CE-483-19.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Universidad Mayor de San Andrés (2019). *Resolución HCU-150/19 - Designar a la Lic. JANNET ESTHER DAZA JALJA, como Directora de la Radio Universitaria San Andrés, en el ítem 1557, nivel 8, a partir del 15 de mayo de 2019, por el periodo de tres años, hasta el 14 de mayo de 2022*. Recuperado de <https://gaceta.umsa.bo/bitstream/handle/umsa/34985/HCU-150-19.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Universidad Nacional de Asunción Facultad de Ciencias Médicas. (2020). *La influencia de los medios de comunicación en tiempos de pandemia*. Recuperado de <https://www.med.una.py/index.php/hospital-hc/noticias-del-hospital/1976-la-influencia-de-los-medios-de-comunicaci%C3%B3n-en-tiempos-de-pandemia>

Urzúa, A., Vera, P., Caqueo, A. y Polanco. R., (2020). *La Psicología en la prevención y manejo del COVID-19. Aportes desde la evidencia inicial*. Recuperado de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/terpsicol/v38n1/0718-4808-terpsicol-38-01-0103.pdf>

Yrrazabal E., s.f. *Géneros Radiales y televisivos*. Recuperado de <http://iset.reinadelpetroleo.com.ar/wp-content/uploads/2019/03/G%C3%89NEROS-Y-FORMATOS-RADIALES.pdf>