

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



TRABAJO DIRIGIDO

“Reportaje televisivo sobre el Instituto del Seguro Agrario (INSA) como estrategia de difusión para la apropiación y posicionamiento del mismo en la población del departamento de La Paz”

POSTULANTE: Karin Marianela Paco Quino

TUTOR: Lic. Gonzalo Leonardini Marín

La Paz – Bolivia

2017

DEDICATORIA

Este trabajo dirigido va dedicado especialmente a mi hermana Magaly por estar presente en mi vida para apoyarme moral y psicológicamente siempre.

A mis dos hijos, Oliver y Noelia, quienes son mi mayor motivación para nunca rendirme en los estudios y poder llegar a ser un digno ejemplo para ellos.

Por último también la dedico a mis padres y a mi esposo.

¡¡¡Gracias por todo...!!!

AGRADECIMIENTOS

Agradezco en especial a Dios por brindarme la fortaleza para seguir siempre adelante.

A la Universidad Mayor de San Andrés, por haberme abierto las Puertas de este prestigioso templo del saber.

Al Lic. Gonzalo Leonardini Marín, mi tutor, quien de manera consecuente y desinteresada le dio un importante aporte a este trabajo de investigación.

Quiero expresar también mi más sincero agradecimiento al Ing. Erik Murillo Fernández Director General Ejecutivo del Instituto del Seguro Agrario (INSA) quien me brindó la información y apoyo necesario para la realización del presente trabajo.

Por último a todas las personas que de uno u otro modo colaboraron en la culminación de este trabajo dirigido.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	
1. ASPECTOS GENERALES	
1.1. TÍTULO:.....	4
1.3. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	6
1.4. OBJETIVOS.....	13
1.4.1 Objetivo General.....	13
1.4.2 Objetivos Específicos.....	13
CAPÍTULO II	
2. ENFOQUE TEÓRICO	
2.1.1. Elementos de la comunicación.....	16
2.2. Formas de comunicación.....	19
2.2.1. Comunicación vertical:.....	19
2.2.2. Comunicación horizontal:.....	19
2.3. Medios de Comunicación.....	19
2.4. Tipos de medios de comunicación.....	20
2.5. La comunicación institucional.....	20
2.5.1. La comunicación intra-institucional.....	21
2.5.2. La comunicación extra-institucional.....	21
2.6. Qué es información.....	21
2.6.1. Fuentes de la información.....	22
2.7. Géneros periodísticos.....	22
2.7.2. Género de opinión.....	23
2.7.3. Género interpretativo.....	23
2.8. Producción audiovisual.....	23
2.9. Reportaje televisivo.....	24
2.10. Estrategia comunicacional.....	25
2.10.1. Estrategia de difusión.....	25
2.11. La televisión.....	25

2.11.1. Importancia de la televisión	26
a) Posicionamiento	26
b) Apropiación	27
a) Audiencia	27

CAPÍTULO III

3. MARCO REFERENCIA

3.1. Seguro	29
3.1.1. Importancia del seguro	29
3.1.2. Tipos de seguro	29
a) Seguro de personas	29
b) Seguro contra desastres naturales	30
3.1.3. Seguro Agrario	30
3.1.4. Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras MDRyT	30
3.2. Departamento de La Paz	30
3.2.1. Municipio	31
3.2.2. Comunidades	31
3.2.3. Distrito	31
3.2.4. Ciudades intermedias	32

CAPÍTULO IV

4. INSTITUTO DEL SEGURO AGRARIO

4.1. Antecedentes	35
4.2. Reseña Histórica de la Institución del Seguro Agrario	35
4.3. Servicios y acciones de la institución	35
4.3.1. Resultados de los tres primeros años del seguro	36
4.4. Estructura orgánica	38
4.4.1. Marco legal	39
4.4.2. Marco social	39
4.5. Misión	39
4.6. Visión	40
4.7. Objetivo institucional	40

4.8. Relación con el contexto Latinoamericano	40
CAPÍTULO V	
5. ESTRATEGIA METODOLÓGICA	
5.1. Metodología descriptiva	42
5.2. Enfoque de la investigación mixto cuantitativo – cualitativo	42
5.2.1. Método cuantitativo	43
a) Técnicas	43
b) Encuestas	43
c) Cuestionario	43
5.2.2. Método cualitativo	44
a) La observación	44
b) La entrevista	44
b) Testimonios de vida	45
5.3. Universo y muestra	45
5.4. Delimitación	46
CAPÍTULO VI	47
6. ESTADO DE SITUACIÓN	47
6.1. La observación	48
6.2. Conclusión	49
CAPÍTULO VII	54
7. PROPUESTA COMUNICACIONAL	54
7.1. Árbol de problemas	51
7.2. Estructura de la propuesta comunicacional	52
7.3. Preparación de la propuesta comunicacional	53
7.3.1. Título	54
7.3.2. Objetivos	54
7.3.3. Necesidad	54
7.3.4. Público destino	55
7.3.5. Beneficios	55
7.4. Producción del material audiovisual	55

7.4.1. Preproducción.....	55
7.4.2. Producción	56
7.4.3. Post producción	56
7.4.4. Difusión	57
7.4.5. Logotipo de la tapa del reportaje televisivo	58
DVD.....	59
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	59
7.4.6. Plan de medios	60
7.4.7. Libreto de voz en off.....	61
7.4.8. Guion técnico	66
7.4.9. Presupuesto	77
7.4.10. Cronograma de actividades	79
7.5. Estrategia comunicacional.....	81
7.5.1. Cuña radial	81
7.5.2. Objetivo general de la cuña radial	81
7.5.3. Línea discursiva de la cuña radial.....	81
7.5.4. Ficha técnica de la cuña radial	81
7.6. Mini medios	83
7.6.1. Objetivo general del volante	83
7.6.2. Línea discursiva del volante.....	83
7.6.3. Diseño del volante.....	84
CAPITULO VIII	
8. CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES	
8.1. Consideraciones.....	87
8.2. Recomendaciones	88
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	89
WEBGRAFÍA.....	90
ANEXOS	

INTRODUCCIÓN.

El fenómeno del cambio climático a causa del calentamiento global tiene un impacto significativo que afecta la agricultura, así mismo, representa uno de los sectores económicos más importante del mundo, porque la necesidad de alimento ha sido el motor de toda actividad humana.

En Bolivia, el productor agrícola se ha caracterizado por llevar adelante una agricultura familiar, la cual se constituye el eje fundamental de la economía nacional, aunque las condiciones de producción siempre han estado desprotegidas, aún después de la creación del Instituto del Seguro Agrario (INSA). Siendo ellos los responsables de proteger y asegurar la producción del productor agrícola ante eventos climáticos adversos.

A cinco años de la creación de la institución 166 municipios del total de 339 están dentro del seguro agrario y 173 no, por diferentes razones, la más importante, la ausencia de información sobre los beneficios y servicios que presta el Seguro Agrario.

El presente trabajo, previo acercamiento, diagnóstico y requerimiento institucional, aborda el desafío desde la comunicación con una propuesta en reportaje televisivo bajo el título: *El Seguro Agrario avanza a paso firme en Bolivia*. La socialización, difusión y apropiación del material producido para el departamento de La Paz, permitirá un posicionamiento institucional y prestación de servicios de manera eficiente.

El trabajo de intervención desde la comunicación, se desarrolló de manera metódica, sistemática, propositiva y creativa; las fases de investigación, acercamiento a la institución, la auditoria del proceso informativo y otros, fueron abordadas con pertinencia tanto institucional como de la población demandante.

Con el presente material se garantiza el proceso comunicativo asertivo entre el productor agrícola y la Institución, es decir, que el agricultor acceda al seguro después de conocer sus beneficios y requisitos que necesita para asegurar su producción agropecuaria en cada campaña agrícola; con un alto contenido de equidad para poder garantizar la soberanía y seguridad alimentaria que el país necesita.

CAPÍTULO I

1.ASPECTOS GENERALES

1.1. TÍTULO:

“Reportaje televisivo sobre el Instituto del Seguro Agrario (INSA) como estrategia de difusión para la apropiación y posicionamiento del mismo en la población del departamento de La Paz”.

1.2. FUNDAMENTACIÓN.

El cambio climático, afecta a las previsiones de producción, porque tienden a desajustarse del calendario agrícola, por tanto se requiere medidas y políticas de Estado, para proteger la producción, una de ellas es el Seguro Agrario.

El Instituto del Seguro Agrario (INSA) creado por norma de la Constitución Política del Estado¹ y la Ley 144 de la Revolución Productiva Comunitaria Agropecuaria, es la instancia operativa y normativa del seguro agrícola. Desde su creación en el año 2011 hasta la fecha trabaja bajo la modalidad de asegurar los cultivos de la agricultura familiar de los municipios más pobres del país para hacer frente a daños ocasionados por las inclemencias climáticas, es decir contra la granizada, helada, inundaciones y sequías; los cuales pueden llevar a la pérdida parcial o total de su siembra, sobre esta base, la institución tiene la obligación de apoyar el sostenimiento de la condición del productor del área rural a través de una indemnización económica, en caso de pérdida, le permite continuar y motivar su trabajo en lo que se refiere a la producción agropecuaria con el objetivo de garantizar la soberanía alimentaria en Bolivia y evitar la desagregación familiar²

De esta manera creada ya la institución con el objetivo de subsanar esta problemática social y productiva, nace la necesidad de informar sobre la existencia del Seguro Agrario y por supuesto de los beneficios que ofrece a todos los municipios rurales del país catalogados

¹Vicepresidencia de la República. 1/ Ed. (2008). *Nueva Constitución Política del Estado*, La Paz: Art. 16 Pág. 18.

² LEY n° 144. 1/Ed. (2011). *Ley de la Revolución Productiva Comunitaria Agropecuaria Agropecuaria*, La Paz: Art. 2

como regiones con extrema pobreza. Es así que en sus tres primeras campañas agrícolas, 2012-2013, 2013-2014, 2014-2015 de 339 municipios existentes a nivel nacional solo 166 se aseguraron en el INSA.

Sin duda las condiciones climáticas provocan migraciones, en los productores agrícolas, esta al perder su producción y el desconocimiento de la existencia del Seguro Agrario hace que tomen decisiones desacertadas. “El sector productivo en Bolivia no abastece la totalidad de la demanda alimentaria en el país, por ello el gobierno se ve obligado a acudir a la importación de alimentos con el fin de garantizar el abastecimiento del consumo interno”³, dejando al margen la soberanía alimentaria de los bolivianos.

Acerca del informe realizado en fecha 12 de Marzo de 2015, el director general del Instituto del Seguro Agrario, ingeniero Erik Murillo explicó detalladamente a los diferentes medios de comunicación (ATB, Red Uno, Red Bolivisión y Unitel) sobre los pasos y logros que sigue la Institución para la verificación respectiva de los cultivos en caso de ser afectados por eventos climáticos adversos⁴; dicha nota fue emitida en los respectivos programas de información de estos canales de televisión, causando poco o ningún impacto al durar la información 30 segundos según el interés y el tiempo del medio de comunicación.

Sin embargo antes de diseñar una estrategia comunicacional se debe hacer un estudio previo para identificar si en la Institución existe un plan de acciones comunicacionales para informar a los agricultores del departamento de La Paz, sobre cómo y cuándo recurrir a la Institución para asegurar su producción.

Una intervención estratégica desde la comunicación es trascendental. Es así que López Viera (2009) hace referencia a las estrategias de comunicación: “como el proceso que tiene de conducir en un sentido y con un rumbo, la voluntad planificada del hombre hacia el

³ Matías, G (11 de Octubre de 2015). “*Hay Seguridad pero no Soberanía Alimentaria*” El Diario. Pág. 5-6

⁴ Murillo, E.B.1/ed. (2015) *Avance de la transferencia del riesgo de la agricultura familiar en Bolivia*. La Paz: Pág. 38-39

logro de objetivos generales que permitan modificar; la realidad de la cual partimos, sin perder el rumbo, sin perder lo esencial de esos propósitos”⁵(p.160).

De acuerdo a la referencia del autor citado en el párrafo anterior se puede decir que toda estrategia comunicacional es una serie de acciones planificadas, programadas e implementadas de acuerdo a lo que se requiere, en un espacio y tiempo determinado. Entonces la estrategia comunicacional permitirá dar a conocer mensajes determinados a un público en específico, en este caso productores agrícolas del Departamento de La Paz.

Por esta razón, la propuesta es elaborar un producto audiovisual para que el productor agrícola a nivel departamental se informe acerca de la existencia y el trabajo que realiza el Instituto del Seguro Agrario; así sabrá con certeza pertenecer a esta iniciativa de gobierno que es asegurar su producción para el bienestar de su familia en caso de pérdida de cultivos ante eventos climáticos adversos. Además está el requerimiento de la institución de contar con un material audiovisual de apoyo para sus brigadas de socialización, que a la vez sea utilizable en los medios locales de intervención.

1.3. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.

Los fenómenos climáticos modifican severamente el régimen de lluvias, provocan alteración de temperaturas promedio y afección a la fertilidad de los suelos, al extremo de reducir gradualmente la producción de alimentos entre un 20 y 25%, afectando la disponibilidad de alimentos, según el informe del Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras (MDRyT)⁶

Según la publicación del periódico La Razón, de fecha 24 de agosto de 2015, que cita un reporte del MDRyT, indica: “las granizadas, riadas, inundaciones, sequías, vientos huracanados, plagas y enfermedades han afectado en los últimos diez años (2004-2014) a 250 municipios (74%) de los 339 que hay en Bolivia. En el departamento de La Paz se

⁵ López, Viera. 1/Ed. (2003). “Estrategias de comunicación para el trabajo comunitario” La Habana: .pág. 160

⁶ Chilon, E.1/Ed. (2009) “Tecnologías Ancestrales y Reducción de Riesgos del Cambio Climático”. La Paz: Pág.17

registran 69 regiones damnificadas, en Cochabamba, 42; en Chuquisaca, 29; en Potosí, 35; en Santa Cruz, 24; en Beni, 19 y; Oruro, 10; en Pando y Tarija a 11 respectivamente, en todo el país”⁷ clara muestra de que el cambio climático ha azotado a Bolivia en el último tiempo.

Las inclemencias dañaron sobre todo sembradíos de tomate (388.405 hectáreas-ha), maíz (243.675 ha), arroz (203.119 ha), papa (83.947 ha), trigo (61.789 ha), plátano (24.874 ha), yuca (20.738 ha), quinua (15.371 ha) y cebolla (1.758 ha), que además incorpora a la caña de azúcar (35.759 ha) como otro de los productos afectados. Se trata de más de un millón de hectáreas cultivadas en todo el país⁸

Además los daños económicos que dichos fenómenos climáticos dejaron a este país, según el director general de Producción Agropecuaria y Soberanía Alimentaria del MDRyT, Lucio Tito Villca,⁹ detalla que: “las pérdidas económicas al sector agropecuario en los últimos 11 años fue en \$us 1.059,4 millones, en promedio por año el daño fue de \$us 96,3 millones. Este dato toma en cuenta la pérdida total de un cultivo o la merma en la producción para la venta o autoconsumo. El cálculo para determinar este menoscabo monetario se hizo con base en la metodología que aplica la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)”.

El periódico, La Razón también resalta que solo entre octubre de 2013 y mayo de 2014, las granizadas, heladas tempranas, riadas y deslizamientos de tierras e inundaciones de gran magnitud, por efecto de desborde de ríos e intensas precipitaciones afectaron a 120.272 hectáreas de soya, arroz, maíz, papa, cebada, yuca, trigo y haba en todo el país¹⁰.

El INSA siendo la institución creada bajo norma constitucional, para fortalecer la seguridad alimentaria con soberanía en Bolivia, como una de sus premisas es la llamada a trabajar en estos casos para brindarles a los productores un seguro a su producción.

⁷ Choque, M. (24 de agosto de 2015) “Cambio climático afecta a 250 de 339 municipios” La Razón. Pág 8

⁸ Ídem. Pág. 9

⁹ Entrevista realizada en el Ministerio de Desarrollo y Tierras MDRyT en fecha: 21 de Diciembre de 2015

¹⁰Ídem. Pág. 10

Desde su creación en el año 2011, ha trabajado en el ámbito comunicacional, a través de un spot televisivo en el canal estatal Bolivia TV y el uso de mini medios como ser afiches y trípticos los cuales fueron repartidos en algunos municipios.

El contenido del spot televisivo de esta institución difundido por el canal estatal Bolivia TV, fue emitida durante seis veces al día, en los meses de Marzo, Abril y Mayo del año 2016 con una duración de un minuto con veinte segundos, en el que solo se hace la invitación a los productores para asegurar su producción en el INSA, pero se obvia la explicación de cómo hacerlo, para qué les sirve y de que se trata de una indemnización económica por pérdida de producción.

En el mes de octubre del mismo año, un nuevo spot televisivo salió al aire en distintos canales a nivel nacional con una duración de 30 segundos en el cual se explica el alcance y los logros del INSA año tras año desde su creación hasta el día de hoy y nuevamente se hace la invitación a los productores agrícolas a que se inscriban en el mismo; pero al igual que en el primer spot, se omite varios detalles que el productor agrícola necesita saber.

Es así que hasta la fecha existe una deficiencia en la elaboración de una estrategia comunicacional. Situación corroborada a través de una encuesta realizada a los pobladores del municipio de Achocalla (tomado como muestra) en fecha 17 de Septiembre de 2015, el cual proporciona el siguiente resultado: 99% de los pobladores, no conoce la existencia del INSA y también asocian como la instancia que ayuda en la dotación de semillas, dato muy importante que muestra el erróneo concepto que tienen de dicha institución.

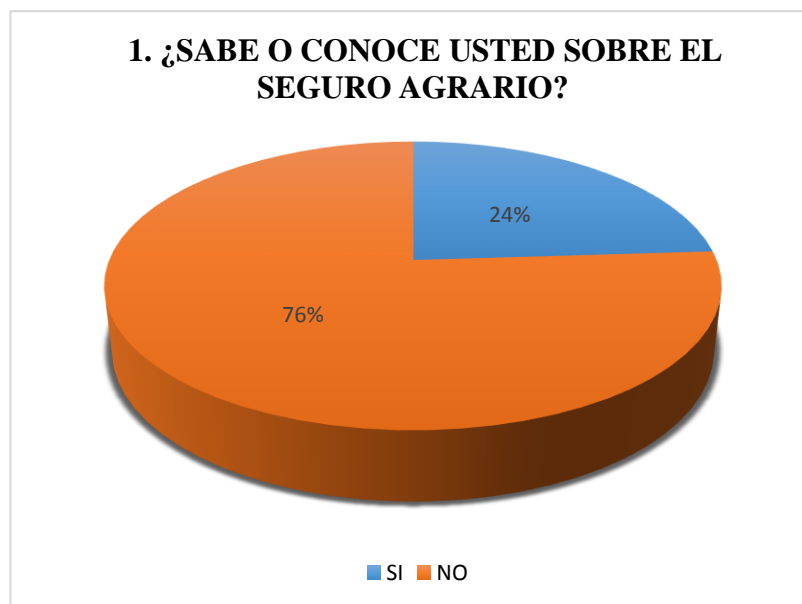
Cabe resaltar que la muestra en el municipio de Achocalla, colindante con las dos urbes más grandes del departamento de La Paz, la ciudad de El Alto(a 11 km.), y la ciudad de La Paz (a 20 km.), con 20.479 habitantes, de los cuales el 76 % son agricultores y el resto ganaderos, es un municipio identificado como mayor productor agrícola gracias a sus tres suelos agroecológicos, los cuales son: Altiplano, cabecera del valle húmedo y cabecera del valle seco, a pesar de ello el INSA todavía no tiene presencia en dicho municipio, aunque

cuenten con los mismos medios de comunicación masivos (televisión, radio y prensa), de las ciudades urbanas.

ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA REALIZADA EN EL MUNICIPIO DE ACHOCALLA SOBRE EL INSTITUTO DEL SEGURO AGRARIO (INSA)

Cuadro N° 1

	N°	%
SI	12	24%
NO	38	76%
Total:	50	100%



En primer cuadro el 76% de las personas encuestadas responden que no conocen la existencia del Seguro Agrario y el 24% lo desconoce, justamente por la ausencia de información acerca del trabajo que desempeña la institución desde hace cinco años.

Cuadro N° 2

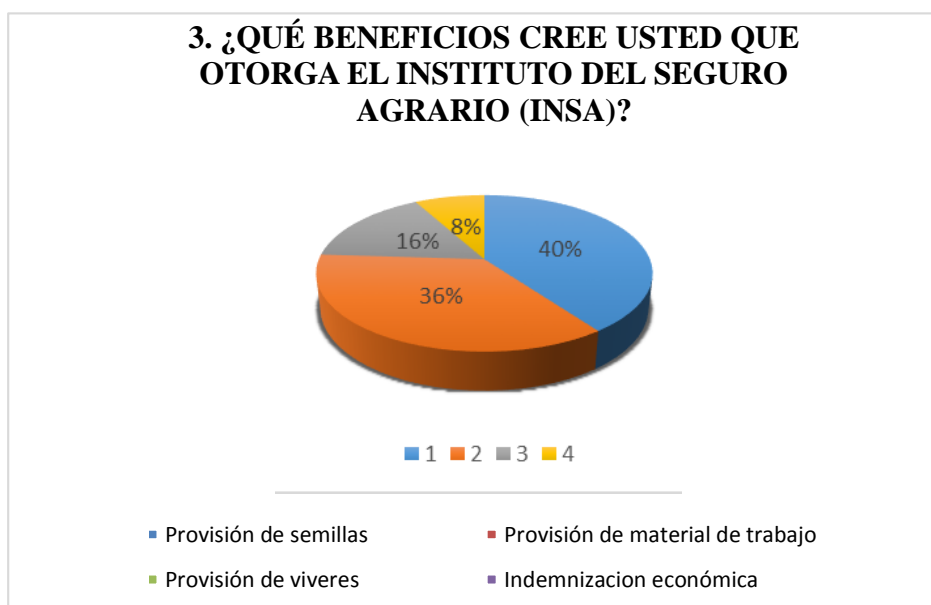
	N°	%
Es un seguro a la producción agrícola.	15	30%
Es un seguro al agricultor.	20	20
Es un seguro a la ganadería	10	20%
Es un seguro a otras actividades.	5	10%
Total:	50	100%



En el cuadro anterior el 40% respondieron a que es un seguro al productor, el 30% piensa que es un seguro a la producción agrícola ante diversos eventos climáticos adversos, el 20% opina que se trata de asegurar al ganado y por último el 10% cree que es un seguro a otras actividades fuera de la agricultura.

Cuadro N° 3

	N°	%
Provisión de semillas.	20	40%
Provisión de material de trabajo.	18	36%
Provisión de víveres.	8	20%
Indemnización económica.	4	10
Total:	50	100%



En el cuadro anterior el 40% responde a que el INSA apoya con la dotación de semillas, el 36% opina que la ayuda viene a través de material de trabajo, el 20% con la provisión de víveres y el 4% lamentablemente opina que la ayuda es con una indemnización económica en caso de pérdida de cultivos por la presencia de algún fenómeno climático adverso.

En función a lo expresado y de acuerdo a la entrevista realizada al Director del área de Comunicación de la institución Lic. Alfredo Díaz Bracamonte, afirmó que no se realizó una estrategia comunicacional hasta ahora, es decir no hay productos comunicativos para informar sobre los beneficios que ofrece el INSA, aunque cuentan con un financiamiento de alrededor de 50 millones de bolivianos¹¹.

Entonces expresamente la institución requiere de un material institucional y a su vez periodístico en beneficio de la población y posicionamiento institucional; para el inicio de la nueva campaña agrícola 2016 – 2017 se acordó y se asume la presente propuesta que abordará la acción comunicativa desde una producción audiovisual, con una integración de imágenes, música, texto hablado y efectos sonoros, formando una unidad expresiva indisoluble, con un ritmo, un desarrollo y una duración previamente establecidos. Para suscitar una respuesta activa, el cual estimulará la participación de los productores agrícolas.

¹¹ Entrevista realizada en oficinas de la institución, en fecha 28 de Junio de 2017

1.4. OBJETIVOS.

1.4.1 Objetivo General.

Dar a conocer a través del reportaje televisivo a los productores agrícolas del Departamento de La Paz los servicios que ofrece el Instituto del Seguro Agrario INSA para beneficio de la población y de la institución.

1.4.2 Objetivos Específicos.

- Determinar el grado de conocimiento que tienen los agricultores del departamento de La Paz (Municipio de Achocalla) sobre el Seguro Agrario.
- Identificar las primeras necesidades comunicacionales de la institución.
- Incrementar el número de beneficiarios del Seguro
- Realización de la producción audiovisual “El Seguro Agrario avanza a paso firme en Bolivia”
- Planificar el plan de difusión del material audiovisual con seguimiento de impacto.

CAPÍTULO II

2. ENFOQUE TEÓRICO

En este segundo aparato de investigación se presenta el fundamento teórico de la investigación para abordar una estrategia comunicacional.

Encaminado por el “enfoque funcionalista y como punto de partida se tomó en cuenta la generación de efectos donde los medios, bajo ciertas condiciones (predisposición de los receptores, credibilidad de las fuentes, asuntos de interés, etc.), pueden difundir mensajes (estímulos) capaces de reforzar o modificar pensamientos, actitudes o conductas de audiencias fragmentadas y selectivamente expuestas”¹²

Y como complementación por su parte Villavicencio¹³ manifiesta que el común denominador de las elaboraciones teóricas bajo este sello funcionalista, está en estudiar el poder e influencia de los medios de comunicación entendidos como emisores de información en los diferentes públicos que conforman la sociedad, pues siempre tienen la intención de causar ciertos efectos sobre ellos.

2.1. La comunicación

La palabra comunicación etimológicamente proviene de las dos voces latinas “*communefacere* o *communis*”, que quiere decir hacer o poner en común o lo que es común. (Torrigo, 1989. P. 11)

Por su origen se afirma que la comunicación “está vinculada a la aparición del hombre en la tierra. En ese sentido surge en la prehistoria con la necesidad de la sobrevivencia de los primeros seres humanos”¹⁴

Así como también la comunicación es un inherente social, puesto que implica una relación entre por lo menos dos sujetos que exteriorizan mediante codificaciones sígnicas o simbólicas¹⁵ su predisposición o su voluntad para interactuar. En tal sentido, la

¹² Torrigo, E. 1/Ed. (2010) “*Comunicación*” de las matrices a los enfoques. Ediciones Quipus. Quito-Ecuador : Pág. 15

¹³ Villavicencio, S. (2010) “*Trabajo Dirigido*” Una llave para la graduación. La Paz: Ediciones Yachaywasi. Pág. 106

¹⁴ Salas, N. 1/Ed. (2015). “*Comunicación, Oratoria y Redacción*” La Paz: Ediciones Andino Pág. 7.

¹⁵ Ídem. Pág. 16

comunicación no puede ser sino social, lo que la convierte no solamente en un producto de la misma convivencia o coexistencia humanas sino, además, en uno de sus fundamentos.

Constructo: Para fines operativos del Trabajo Dirigido se asume el siguiente constructo: Para vivir y desarrollarnos en la sociedad necesitamos comunicarnos con las demás personas, por ello la comunicación nos permite compartir nuestras ideas y sentimientos en nuestro diario vivir y la utilizamos todo el tiempo en alguna de sus formas. En este sentido podemos decir que la comunicación es el proceso de interacción de dos o más personas que participan en igualdad de condiciones, donde todos los componentes humanos se convierten en protagonistas.

2.1.1. Elementos de la comunicación

Emisor: Es el que se constituye en la fuente de la comunicación, es el primer elemento humano en el proceso y posee ideas e información.¹⁶

Mensaje: Es un elemento que constituye la finalidad de la comunicación, es decir es el contexto a transmitir con la intención expresada por una persona.

Canal: es un medio que se encarga de la transmisión que efectiviza la comunicación mediante sonidos, imágenes, mímica, entre otros. Constituyéndose en medios o canales de comunicación, sin la existencia de este elemento el mensaje simplemente no llegaría del emisor hacia el receptor.

Receptor: Es el destinatario de la comunicación en realidad el segundo elemento humano, para que su acción se desarrolle eficazmente deben participar también con eficacia los demás elementos.

Retroalimentación: Es el eslabón final del proceso de comunicación, es la verificación de éxito que tuvo o no el emisor al transmitir el mensaje.

Contexto: Es a lo que se refiere, es decir al momento y al lugar en el que se establece la comunicación¹⁷

¹⁶ Ídem. Pág. 25

¹⁷ Ídem. Pág. 26

Constructo: En resumen la comunicación es un proceso de emisión y recepción de mensajes, los cuales tienen signos codificados que van a permitir que el destinatario entienda la información del mismo. La comunicación busca modificar comportamientos, actitudes o conocimientos de los interlocutores.

2.1.2. Funciones de la comunicación

Para que una comunicación sea realmente efectiva, deben funcionar correctamente los elementos o factores de comunicación. Por ejemplo cuando emitimos un mensaje ponemos énfasis en uno de los factores comunicativos, entonces podemos decir que se privilegia una función determinada. Las funciones de la comunicación son:

Función referencial: Se orienta hacia la realidad a la cual aluden al mensaje o el discurso.

Función emotiva: Está centrada en el emisor y expresa la actitud del hablante, hacia aquello de lo que está hablando, expresando sentimientos y expresiones reales o fingidas.

Función connotativa: Está orientada al receptor, se enuncia en forma imperativa, es un tipo de mensaje didáctico que utiliza recursos gráficos.

Función fáctica: Está orientada hacia el contacto del emisor y receptor a través de la palabra para iniciar, mantener y prolongar un acto comunicativo.

Función poética: Esta función le da mucha importancia al mensaje en sí mismo, se aplica a principios especiales de estilística semiótica, ya que una obra pictórica, una escultura son observados o leídos y el mensaje da el mismo objeto.

Función metalingüística: Está centrada en el código que hace comprensible el mensaje. Por medio del lenguaje es posible hacer una explicación del lenguaje mismo.¹⁸

¹⁸ “Lenguaje y Comunicación” (2012). Recuperado el 24 de Febrero de 2016 de <http://www.Lenguajeyulieth.blogspot.com>

También hay otras funciones dentro de un grupo o equipo:

Control: Se presenta cuando la comunicación controla el comportamiento individual.

Motivación: Se enfoca en esclarecer que es lo que se debe hacer.

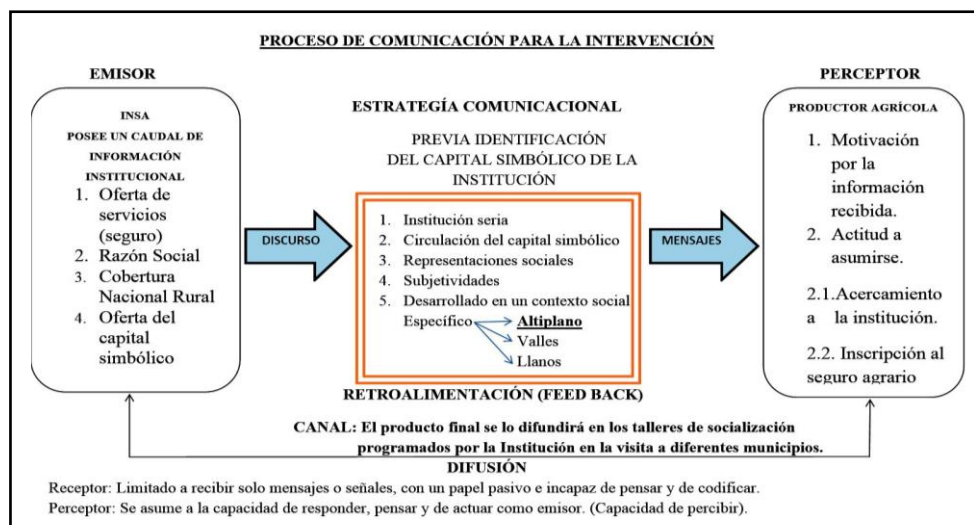
Expresión emocional: Se observa el trabajo como un medio para interactuar y transmitir fracasos, es decir sentimientos.

Cooperación: La comunicación se constituye como una ayuda importante en la solución de problemas y se lo denomina: Facilitador en la toma de decisiones.

Constructo: Por lo tanto entendemos que la comunicación tiene una función importante que informar, educar, entretener para generar sentimientos de afecto hacia las personas de su entorno a través de diferentes mensajes.

2.1.3. Proceso comunicacional para la intervención

CUADRO N° 4



FUENTE: Elaboración propia.

En el esquema anterior se muestra los elementos que participarán en el proceso comunicacional, razón por la cual los citamos y con los que muchos estudiosos del área de comunicación coinciden.

2.2. Formas de comunicación

La comunicación se puede dar de dos formas vertical que es un acto de imposición y horizontal que es un acto participación.

2.2.1. Comunicación vertical:

Es unilateral, busca la preeminencia del emisor en el proceso, sin que se dé la importancia a la participación activa de los demás sujetos intervinientes.

2.2.2. Comunicación horizontal:

Se da entre personas que se encuentran a un mismo nivel jerárquico dentro de la organización, sustentada por tres elementos interdependientes: Acceso, diálogo y participación.

“El acceso es la precondition para la comunicación horizontal porque sin oportunidades similares para todas las personas de recibir y enviar mensajes, no puede existir interacción social democrática. (...) El dialogo es el eje de la comunicación horizontal porque si ha de tener lugar la genuina interacción democrática, toda persona deberá tener oportunidades similares para emitir y recibir mensajes con el fin de evitar la monopolización de la palabra por el monólogo. (...) La participación es la culminación de la comunicación horizontal porque sin oportunidades similares para todas las personas de emitir mensajes, el proceso permanecería gobernado por la minoría.”¹⁹

2.3. Medios de Comunicación

Los medios de comunicación, entendidos como emisores de información, siempre tienen la intención de obtener un efecto sobre el receptor, es decir, se intenta persuadir a los espectadores. Para conseguirlo se formulan las siguientes preguntas:

¹⁹ Torrico, E. (1993) *Periodismo: “Apuntes Teórico Técnicos”* La Paz: Pág. 19-20.

Quién? dice qué? a través de qué medio? a quién? y con qué efecto? tomando en cuenta que estos medios se dividen por su estructura física en:

Medios audiovisuales- Televisión y cine.

Medios radiofónicos- Radio.

Medios impresos- Revistas, periódicos, folletos, etc.

Medios digitales- Internet.²⁰

Constructo: Entonces los medios de comunicación son los que envían la información a las audiencias para obtener un efecto de las mismas. Los cuales pueden ser de información, entretenimiento o especializados, esto de acuerdo a la función que tengan y al tipo de público al que quieran llegar.

2.4. Tipos de medios de comunicación

Los medios de comunicación social pueden ser públicos, privados o comunitarios.

Los medios públicos son financiados enteramente sostenidos con recursos del estado.

Los medios privados y los comunitarios se proponen con diferentes expresiones y estrategias, así como para contribuir a la democratización de la sociedad, a la promoción de un desarrollo sostenible, a la defensa de los derechos humanos, entre otras acciones.

2.5. La comunicación institucional

La comunicación institucional es: “El sistema coordinador entre la institución y sus públicos que actúa para facilitar el logro de los objetivos específicos de ambos y a través de ello contribuir al desarrollo nacional y social”²¹

²⁰ Biblioteca virtual Arango, Angel.(2013). Recuperado el 3 de marzo de 2016 de: [http:// biblioteca luis angel Arango.](http://biblioteca.luisangel.arango.com)

²¹ Muriel, M. 1/Ed. (1980). *Comunicación Institucional: Enfoque de relaciones humanas.* Ecuador:. Pág. 31.

Para poder surgir como una actividad que corresponde al gobierno como órgano regulador de la sociedad y llevarla posteriormente a una consecución del vivir bien o bien común.

2.5.1. La comunicación intra-institucional

Esta comunicación establece “un enlace entre los componentes individuales o públicos internos de la institución. Tiene como propósito directo la coordinación interna con el objeto de hacer más eficiente la operación de la institución, donde el comunicador institucional forma parte de la institución y gracias a su continuo contacto con ella adquiere un conocimiento profundo de la misma, lo que le ayuda a diagnosticar con eficacia sus problemas y así encontrar soluciones adecuadas”²²

2.5.2. La comunicación extra-institucional

La comunicación extra-institucional establece “el enlace entre la institución y los públicos externos a ella. Tiene como propósito contribuir a la coordinación de la institución con la sociedad para que esta a su vez enlace sus objetivos”²³

Los cuales satisface necesidades de información para el acceso de servicios que la institución dependerá del grado de imagen que proyecta la entidad a través de la comunicación extra-institucional a los públicos externos que son “todos los individuos y sistemas sociales vinculados a la institución en virtud de un motivo de relación que los lleva a lograr los objetivos de ambas partes”.²⁴

2.6. Qué es información

Es un conjunto de datos acerca de algún suceso, hecho, fenómeno o situación, que organizados en un contexto determinado tienen su significado, cuyo propósito puede ser el de reducir la incertidumbre o incrementar el conocimiento acerca de algo. Por lo tanto la información que se maneja a diario puede ser entrante como también saliente con un

²² Ídem. Pág. 49

²³ Ídem. Pág. 243

²⁴ Ídem. Pág. 307

significado o sentido a la realidad ya que con códigos y conjunto de datos, da origen a los modelos de pensamiento humano.²⁵

En conclusión la información es base del conocimiento humano, que ha acompañado su evolución cultural, pues sin la misma y el acervo que esta proporciona, se debería empezar todo tipo de investigación desde cero sin que se avanzara en conocimientos.²⁶

2.6.1. Fuentes de la información

Las fuentes de información son aquellos instrumentos de los que puede obtenerse la información necesaria para efectuar la investigación comercial o estudio de mercado. Hay dos tipos de información:

Primaria: Es la información de primera mano, está basada en datos cuantitativos y cualitativos que el investigador genera o colecta.

Secundaria: Es la información obtenida de los datos y el análisis previo realizados por otra persona. Estos implican generalización, análisis, síntesis, interpretación y evaluación.²⁷

2.7. Géneros periodísticos

Los géneros periodísticos nacen del tipo de tratamiento que se le otorga para su formalización transmisible. Los géneros son grupos de textos verbales que presentan rasgos comunes externos y no de fondo en su construcción significativa, en el que es posible diferenciar tres grandes grupos.²⁸

2.7.1. Género informativo

Se basa en el relato directo y con la mayor carga alcanzable de veracidad de los hechos. Los subgéneros que comprende son la noticia, el suelto, el “cocinado”, la crónica, la entrevista y el reportaje.²⁹

²⁵ Definiciones. (2008) Recuperado el 6 de marzo de 2016 de: [http:// copyright definición.d.com](http://copyrightdefinición.d.com)

²⁶ Redacción (2016) Recuperado el 6 de marzo de 2016 de: [http://www. redacción. ejemplo.com](http://www.redacción.ejemplo.com)

²⁷ Ídem pág 2

²⁸ Torrico, E. 2/Ed. (1993). “*Periodismo*” Apuntes Teórico Técnicos. La Paz: Pág. 156

²⁹ Ídem. Pág.157

2.7.2. Género de opinión

El cual se funda en el juzgamiento de los acontecimientos noticiosos, en su valoración subjetiva. Implica estos subgéneros: El editorial, el artículo (ensayo), el comentario (que puede ser columna) y la crítica.³⁰

2.7.3. Género interpretativo

Se usa la información noticiosa para explicar determinada faceta de la realidad, con valoraciones, antecedentes y proyecciones, contempla el reportaje, el ensayo, la noticia popular, el análisis y la interpretación como subgéneros.³¹

Constructo: Es decir los géneros periodísticos son formas de expresión, los cuales se diferencian según las necesidades u objetivos del comunicador, así como informar, opinar e interpretar con relación a hechos que han acontecido.

2.8. Producción audiovisual

Es el proceso por el cual se lleva a cabo una elaboración de contenidos investigativos, informativos independientemente del género o del soporte que se haya utilizado. Un proceso donde juega un rol importante la vista, el oído conjuntamente, pero sobre todo porque se plantea como un estímulo para la expresión, la discusión, la investigación, el trabajo³². Catalogadas de distintas formas, con un sinnúmero de géneros y variantes que existen en la actualidad,

Constructo: Además se puede precisar en un constructo de aporte, que una producción audiovisual es la elaboración en cualquiera de los casos presentada al público en un sentido informativo y descriptivo, por lo que puede tener diversas fuentes verídicas. Con la finalidad de crear en el espectador una determinada posición con respecto a un tema actual en particular, en este caso, el seguro agrario ante desastres climáticos adversos.

³⁰ Ídem. Pág. 157

³¹ Ídem. Pág. 158

³² Ferrés, J. (1997) "Video y Educación" 3/Ed. Editorial Paidós. Barcelona: Pág.40

Con la fusión del sonido con la imagen porque se dirige a dos de los sentidos que poseen los seres humanos, para la comprensión y retención de los mensajes³³.

Este mismo autor Ferrés (1997)³⁴ hace referencia al porcentaje de datos retenidos en personas que:

Los que leen = 10%

Los que escuchan = 20%

Los que ven = 30%

Los que ven y escuchan = 50%

Se puede señalar que la producción audiovisual se convierte en una herramienta para captar la atención del público meta, es decir el fomento de una mayor y más rápida comprensión, gracias a que mejora la clasificación y la interpretación de la información.

2.9. Reportaje televisivo

El reportaje televisivo es el tratamiento de un determinado tema, con una perspectiva particular de periodismo, de alguna manera toma una decisión de acuerdo a una intencionalidad.

Entonces es un subgénero, el cual nace desde la investigación para alcanzar un propósito, este elemento, se convierte en una herramienta fundamental dentro de un género informativo y a la vez descriptivo. La entrevista, la encuesta, los sondeos, testimonios de vida son elementos que ayudan a ampliar un proceso de información y alcanzar un resultado, así como también el reportaje hace que el periodista asuma un rol, es decir un punto de vista.

³³ Constructo. Se entiende por una construcción teórica que permite operativizar un hecho dado

³⁴ Ídem. Pág. 41

2.10. Estrategia comunicacional

“El término de estrategia es de origen griego, estrategia= estrategias, procedente de la fusión de dos palabras: Estratos (ejército) y Argeín (conducir o guiar)”³⁵

Consiste en definir con claridad quiénes somos y qué ofrecemos como un grupo de personas o institución: En el que primero se elige el mensaje que se quiere transmitir, debe estar basada en el doble principio de la información y la explicación, en base a un conjunto de acciones de información, difusión y persuasión.³⁶

Constructo: La estrategia de comunicación es una combinación de métodos con mensajes y planteamientos, por medio de los cuales se busca lograr los objetivos trazados en el ámbito de la comunicación, planificados a corto o mediano plazo.

2.10.1. Estrategia de difusión

Es una estrategia que pueden utilizar empresas privadas o públicas, donde pretenden llegar a la audiencia a través de mensajes. Tomando en cuentas dos interrogantes, quiénes somos como emisor y quiénes son los receptores, así las respuestas a esas preguntas ayudarán a determinar la forma más efectiva de difundir información,³⁷

Constructo: Es importante tomar en cuenta qué se difundirá, cómo, qué, y cuándo difundir una determinada información. Así como el reportaje televisivo se lo difundirá al inicio de la campaña agrícola 2016 – 2017, en el mes de septiembre.

2.11. La televisión

La palabra televisión se forma de la vos griega “tele” distancia del latín “visio” visión. La televisión es un sistema de telecomunicación para transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia que puede realizarse a través de ondas hertzianas o por

³⁵ Beltrán, L.R. (2011) “Comunicación para la Salud del Pueblo”. La Paz: Pág. 52

³⁶ <http://recursostic.educación.es/comunicación/media/web/accesibilidad.prensa>. Recuperado el 1 de Marzo de 2016

³⁷ www.masquecomunicación.com Extraído el 3 de Junio de 2016

redes. Su producción involucra, además de un recurso humano, un complejo mecanismo tecnológico.³⁸

La televisión se encuentra considerada como una tecnología de información y comunicación, además de ser el principal medio audiovisual para visualizar los contenidos, los cuales pueden ser procesados con facilidad. Ya que el nacimiento de la televisión está considerado como uno de los grandes hitos del siglo XX, porque el poder de la pequeña pantalla es tan grande que incluso ha llegado a cambiar costumbres familiares de la mayor parte de las sociedades del mundo.³⁹

Constructo: Por lo tanto la televisión es un medio de comunicación masiva, que puede ser accesible para muchas personas, no solo en términos tecnológicos sino culturales, puesto que es importante situar este medio dentro de un proceso de comunicación. Lo más importante que a través de imágenes y sonidos podemos conocer la realidad actual.

2.11.1. Importancia de la televisión

La televisión es uno de los medios de comunicación más importantes que ha existido y esto es así debido a que gracias a su gratuidad como también a su fácil acceso permite que millones de personas de todo el mundo puedan recurrir a él inmediata y fácilmente. Funciona como un medio electrónico de información y entretenimiento que adapta sus programas a los gustos del auditorio, o al menos así lo justifica, al mismo tiempo que también ejerce influencia sobre las preferencias del mismo y los sistemas de comunicación que se establecen desde temprana edad en los niños y el público en general.⁴⁰

a) Posicionamiento

En lo que se refiere a la comunicación es el lugar mental que ocupa la concepción de lo que se quiere mostrar, depende de los atributos que son los más importantes para el público meta.⁴¹

³⁸ <http://www.Monografías.com/trabajos13/televis.html> Extraído el 9 de Junio de 2016

³⁹ González, J.E. 1/Ed. (1994). "Televisión y Comunicación" Un enfoque teórico práctico. México: Pág. 83

⁴⁰ Ídem. Pág. 85

⁴¹ www.deimon.com.ar/pdf/posicionamiento.com Extraído el 10 de Junio de 2016

Como conseguir una posición valiosa en la mente de las personas, es una estrategia que ha adquirido cada vez más relevancia para diferentes empresas e instituciones, por lo tanto es una herramienta fundamental para competir en un ambiente ampliamente globalizado.⁴²

Constructo: En resumen el posicionamiento del Seguro Agrario en los productores será convincente, puesto que al inicio de cada campaña agrícola tendrán claro que deben asegurar sus cultivos ante desastres climáticos adversos.

b) Apropiación

Significa la apropiación de la marca por parte del consumidor para utilizarla como le sea necesario. Entonces la marca ya no pertenece a la empresa solamente, el consumidor puede hasta transformarla.⁴³ En este caso

Constructo: En este caso el reportaje televisivo tendrá la tarea de posibilitar la apropiación y posicionamiento del Seguro Agrario en cada uno de los productores agrícolas del departamento de La Paz.

a) Audiencia

Es un conjunto de personas que a través del acceso a un medio de comunicación se le dirige un mensaje y este a su vez reacciona ante el mensaje. Quienes son capaces, en este caso, a responder ante los mensajes de los medios.⁴⁴

Constructo: Es necesario aclarar que la audiencia en este trabajo de investigación son los productores agrícolas del departamento de La Paz, los que recibirán el mensaje (información) enviado a través del reportaje televisivo.

⁴² Miguell,S.& Bigne, J.E. (1987) “Estrategias de Posicionamiento” Enfoque de Marketing. México:Pág. 195

⁴³ www.esan.edu.pe Extraído el 29 de Junio de 2016

⁴⁴ www.audienciasymedios.blogspot.com Extraído el 30 de Junio de 2016

CAPÍTULO III

3. MARCO REFERENCIA

3.1. Seguro

El seguro es un contrato a través del cual el asegurador se obliga, mediante el cobro de una prima a indemnizar dentro de los límites pactados, (transferencia de riesgo) al daño producido al asegurado cuando ocurra un siniestro sobre los riesgos objeto de cobertura de dicho seguro, en este caso se habla del seguro a la producción agrícola.⁴⁵

Por lo tanto el seguro es un medio para la cobertura de los riesgos al transferirlos a una aseguradora, que se encargará de garantizar o indemnizar todo o parte del perjuicio producido por la aparición de determinadas situaciones accidentales, siendo en algunos caso extremos.

3.1.1. Importancia del seguro

Hay situaciones imprevistas que se presentan en nuestro diario vivir, por esta razón es importante considerar que estos eventos desagradables pueden llegar a sucedernos en cualquier momento y afectar no solo a nosotros mismos, sino a nuestros seres más queridos, bienes materiales, a la responsabilidad civil, a la producción agrícola entre otros, por ello es necesario contar con un seguro.⁴⁶

Constructo: El seguro es una respuesta a las necesidades urgentes por los trabajadores agrícolas, por esta razón nace el Seguro Agrario Universal Pachamama, un instrumento que protege la producción del pequeño productor ante eventos climáticos adversos.

3.1.2. Tipos de seguro

Se los puede clasificar en dos grandes grupos:

a) Seguro de personas.

Comprenden todos los riesgos que puedan afectar a la existencia, integridad física o salud del asegurado.

⁴⁵ Instituto del Seguro Agrario INSA, consultado el 20/04/2016. Disponible en: www.insa.gob.bo

⁴⁶ Ídem. Pág. 3

b) Seguro contra desastres naturales.

Cubren los efectos que a raíz del siniestro, hayan afectado económicamente tanto a los bienes inmuebles, pérdida en la producción agrícola ocasionados por desastres climáticos adversos.⁴⁷

3.1.3. Seguro Agrario

Es una política de Estado que protege los cultivos de las familias agricultoras, para aportar al fortalecimiento de la seguridad alimentaria con soberanía en Bolivia, implementado por el Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras, a través de su brazo operativo que es el Instituto del Seguro Agrario INSA. (Extraído de una breve entrevista al Director General Ejecutivo de la Institución Ing. Erik Murillo Fernández en fecha 12 de Enero de 2016).⁴⁸

3.1.4. Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras MDRyT

Es la institución pública del órgano Ejecutivo del Estado Plurinacional de Bolivia, encargada de definir e implementar políticas para promover, facilitar, normar y articular el desarrollo integral agropecuario – forestal, acuícola y de la coca, de forma sustentable e impulsar en el país una nueva estructura de tenencia y acceso a la tierra.⁴⁹

Así como fortalecer políticas y estrategias que enmarquen la seguridad alimentaria, que trabajen más en el área rural y con los pequeños productores, como hasta ahora realiza el INSA, a través del seguro a la producción agrícola.⁵⁰

3.2. Departamento de La Paz

La Paz está situada al noroeste de Bolivia con una extensión de 133.985 Km², su capital es la ciudad de La Paz, sede del gobierno situada a 3.640 metros sobre el nivel del mar.

⁴⁷ Ídem pág. 34

⁴⁸ Entrevista realizada en oficinas de la Institución, en fecha 2 de Junio de 2016

⁴⁹ “Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras MDRyT, extraído el 8 de Mayo de 2016, disponible en www.ruralytierras.gob.bo

⁵⁰ Pierre de Zutter. Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras MDRyT (2010) “*Seguridad y Soberanía Alimentaria en Bolivia*”. La Paz: Pág. 33

El departamento de La Paz se divide en tres zonas geográficas, zona altiplánica, Subandina y Amazónica, conformada por 20 provincias y 87 municipios. Posee recursos naturales de enorme magnitud porque sus diferentes pisos ecológicos que afectan su territorio le da una rica variedad en la producción agrícola.⁵¹

3.2.1. Municipio

El Municipio es una comunidad de familias establecidas en determinado territorio donde existen relaciones de vecindad, amistad y solidaridad que persiguen fines y propósitos de beneficio colectivo.

El Municipio, como fenómeno social es el resultado del grado de desarrollo histórico de la sociedad, con autoridad y personalidad propia pero sometida a la potestad suprema del poder estatal que responde al carácter de agrupamiento asociativo del ser humano.⁵²

3.2.2. Comunidades

Son grupos con una identidad, filosofía y cosmovisión del mundo, estos pueblos indígenas representan el 52% de la población boliviana, según el Censo de 2001, la mayor cantidad de indígenas vive en el altiplano y los valles del país, estos son los aymaras y quechuas respectivamente. En Bolivia, existen 36 pueblos indígenas.⁵³

3.2.3. Distrito

Es como una mini ciudad dentro de la ciudad administrada por una Subalcaldía, en el que debe haber un número controlado de habitantes por cada uno. Para un mejor control de actividades por parte de la alcaldía.

⁵¹ La Paz- Bolivia (2015). Recuperado el 28 de Abril de 2016 en <http://www.bolivianland.net> UserFiles.com>

⁵² Escobar, C (2010). “*Derecho Municipal*” La Paz-Bolivia: EJT Editorial. Pág. 36

⁵³ www.winaybolivia.com Extraído el 26 de Julio de 2016

3.2.4. Ciudades intermedias

Las ciudades intermedias son urbes que crean puentes de conexión entre zonas rurales y urbanas, La condición de ciudad intermedia se le da al municipio que sobrepasa los 20 mil habitantes; por lo tanto con el último censo Bolivia tiene 60 ciudades que ya han calificado como ciudades intermedias.

El departamento de La Paz tiene 11 ciudades intermedias, según datos oficiales del censo 2012.

CIUDADES INTERMEDIAS EN EL DEPARTAMENTO DE LA PAZ

CUADRO N° 5

Nº	NOMBRE DEL MUNICIPIO	NUMERO DE HABITANTES
1.	Achacachi	46.058 con habitantes
2.	Sorata	23.016 con habitantes
3.	Apolo	20.217 con habitantes
4.	Viacha	80.388 con habitantes
5.	Palos Blancos	24.636 con habitantes
6.	La Asunta	39.105 con habitantes
7.	Pucarani	29.379 con habitantes
8.	Laja	23.673 con habitantes
9.	Sica Sica	31.054 con habitantes
10.	Patacamaya	22.806 con habitantes
11.	Caranavi	48.513 con habitantes

FUENTE: Elaboración propia.

3.3. La agricultura en Bolivia

La existencia de 48 ecosistemas en el territorio boliviano indica la variedad de climas y producciones; así como los hábitos de trabajo se adoptan a las condiciones meteorológicas, puesto que los tiempos de siembra han cambiado, ya no son fijos, hay todavía un riguroso sistema de rotación de tierra y la fertilización se hace con abonos naturales, por lo tanto existe una sola cosecha anual. La producción agropecuaria entonces aún puede responder a los requerimientos del mercado interno.⁵⁴

⁵⁴ “*Bolivia y su agricultura*”(2015) Recuperado el 26 Septiembre de 2016 de: www.bolivianland.net

CAPÍTULO IV

4. INSTITUTO DEL SEGURO AGRARIO

4.1. Antecedentes.

A partir del 2011 por efectos de la Ley 144 de la Revolución Productiva Agropecuaria Comunitaria, considerando que en Bolivia el 94% del total de productores pertenecen a la agricultura familiar y dada su importante contribución, que en términos de producción sobrepasa los seis millones de toneladas, el Gobierno en turno define la necesidad de proteger la producción del productor agrícola a través de un instrumento que posibilita la transferencia de riesgo productivo al Estado, el cual es El Seguro Agrario Universal Pachamama, garantiza sostener la condición del productor, al habitante del área rural, hecho que reduce la presión migratoria hacia los centros urbanos y fundamentalmente garantiza condiciones mínimas para continuar con la producción de alimentos y de este modo hacer viable la política de seguridad alimentaria con soberanía.

4.2. Reseña Histórica de la Institución del Seguro Agrario

El INSA es una institución con trascendencia nacional e internacional, por la aplicación de mecanismos de transferencia de riesgo, que benefician directamente a productores agropecuarios e indirectamente a todos los bolivianos en general. Hasta el momento la institución protege la producción agrícola dotando de cobertura de seguro a los planes siembra de pequeños productores agrarios que habitan en los diferentes municipios con mayor línea de pobreza identificados para cada campaña agrícola. Son ocho los cultivos que pueden asegurar los productores:

4.3. Servicios y acciones de la institución

Hasta el 2014, los servicios y acciones del INSA efectuados en áreas productivas de los municipios de cobertura del seguro agrario permiten:

Proteger la producción agrícola dotando de cobertura de seguro a los planes de siembra de pequeños productores agrarios que habitan en municipios con mayor línea de pobreza identificados para cada campaña agrícola.

Apoyar el sostenimiento de la condición de productor de habitante del área rural, a través de una indemnización que en caso de pérdida, le permite dar continuidad y motivar su trabajo en la producción agropecuaria.

El monto económico es de 1000 Bs por hectárea. En caso de siniestro y pérdida de cultivos. Es necesario aclarar que un productor puede máximo asegurar tres hectáreas.

Por último fortalecer la producción de alimentos de primera necesidad para su disponibilidad en los mercados a nivel nacional.

4.3.1. Resultados de los tres primeros años del seguro

Cuadro N° 6

Campaña agrícola 2012 - 2013
<ul style="list-style-type: none">✓ 91.226 hectáreas aseguradas✓ 57.410 productores agrícolas registrados en 2.526 comunidades de 63 municipios.✓ 7.601.460 Bs. fueron indemnizados a 7.141 productores agrícolas afectados.



FUENTE: Elaboración propia

Cuadro N° 7

Campaña agrícola 2013 - 2014	
✓	75.815 hectáreas aseguradas.
✓	106.063 productores agrícolas registrados en 4.632 comunidades de 107 municipios.
✓	18.061.749 Bs fueron indemnizados a 23.425 productores agrícolas afectados.



FUENTE: Elaboración propia

Cuadro N° 8

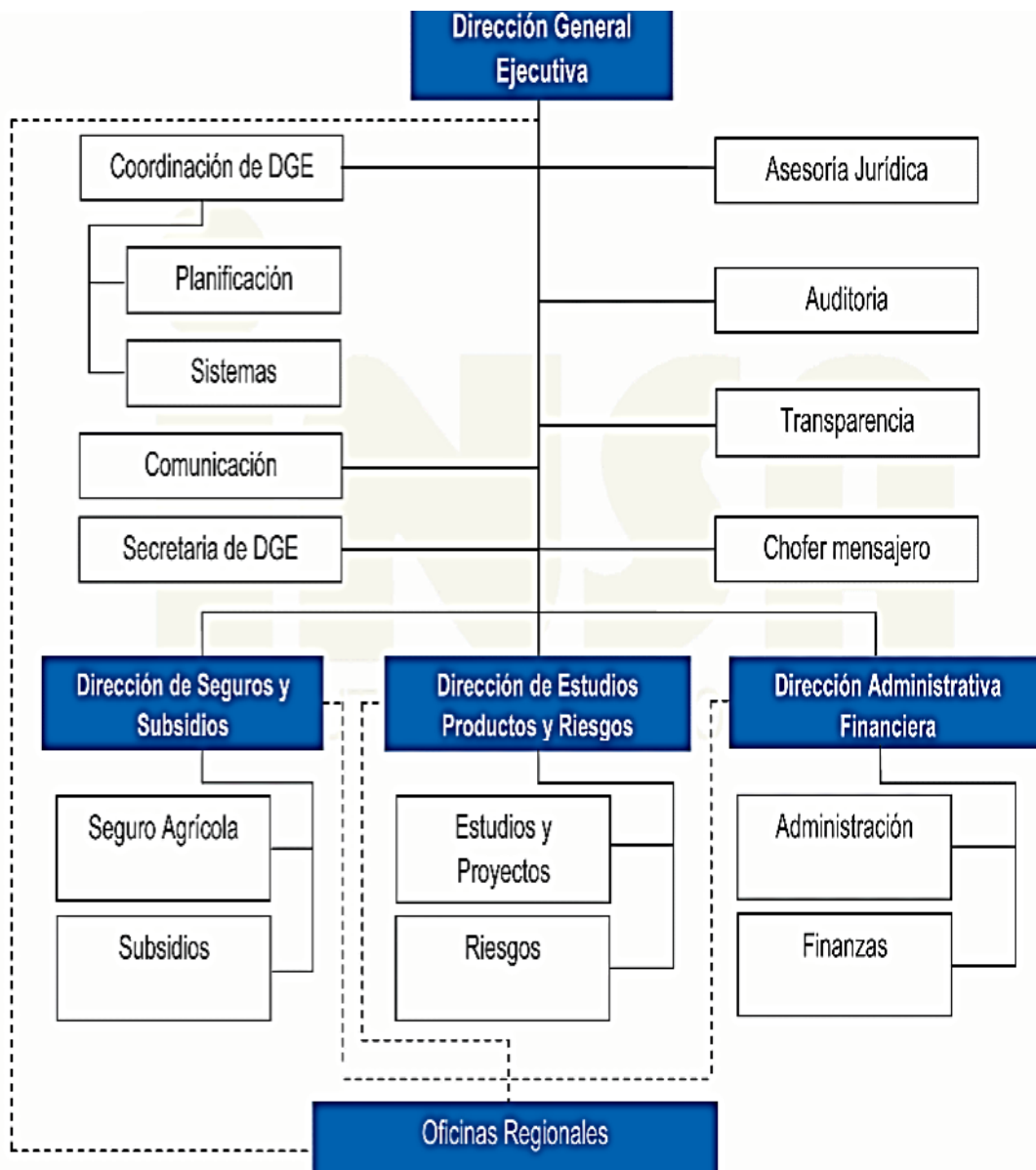
Campaña agrícola 2014 - 2015	
✓	272.847 hectáreas aseguradas.
✓	146.554 productores registrados en 5.576 comunidades de 141 municipios.
✓	Cerca de 50.000 hectáreas fueron evaluadas y se determinó daño en aproximadamente 5.500 hectáreas, implicando una indemnización aproximada de 5.5 millones de bolivianos a ejecutarse hasta diciembre de 2015.



FUENTE: Elaboración propia

4.4. Estructura orgánica

Cuadro N° 9



FUENTE: INSA

4.4.1. Marco legal

Los instrumentos legales base que sirven de marco institucional al Seguro Agrario son dos:

La Constitución Política del Estado.- En su artículo 405 determina que el desarrollo rural integral sustentable es parte fundamental de las políticas económicas del Estado, priorizando sus acciones hacia el fomento de emprendimientos económicos comunitarios y del conjunto de los actores rurales, con énfasis en la seguridad y en la soberanía alimentaria.

La Ley de la Revolución Productiva Comunitaria agropecuaria.- Que es la Ley 144 de la “Revolución Comunitaria Agropecuaria” del 26 de Junio de 2011 da lugar a la creación del Seguro Agrario Universal Pachamama, con la finalidad de asegurar la producción agraria afectada por daños provocados por fenómenos climáticos y desastres naturales adversos.

4.4.2. Marco social

El Instituto del Seguro Agrario INSA da acceso a seguro a la producción de los habitantes de los municipios con mayor línea de pobreza, en los cuales todos los agricultores pueden inscribir hasta tres hectáreas de cultivos. En los hechos el registro agrícola comunal, instrumento básico para la afiliación al seguro, es coordinado con municipios y dirigente de las comunidades que en él existen. Para la implementación del seguro agrario, en el que se convoca inicialmente a dirigentes comunarios, con la finalidad en que ellos mismos, a través de las instancias correspondientes, como asambleas y ampliados para que realicen la socialización plena de la inscripción al Registro Agrícola Comunal y su correspondiente aseguramiento al mismo.

4.5. Misión

Crear, desarrollar, normar y supervisar la aplicación de mecanismos de protección de la producción agropecuaria ante fenómenos climáticos adversos; en consecuencia, proteger los medios de subsistencia de los productores y aportar en la protección de la seguridad alimentaria de los bolivianos y bolivianas.

4.6. Visión

Ser una entidad pública y confiable, eficiente y exclusiva con trascendencia nacional e internacional, por la innovación y solidez en la aplicación de mecanismos de transferencia de riesgo, que benefician directamente a productores agropecuarios bolivianos e indirectamente a todos los bolivianos. Al año 2018, el INSA será una entidad operadora, normadora y de investigación en el campo del seguro agrario, cuenta con capacidades de regulación de estos servicios y su cobertura es nacional.

4.7. Objetivo institucional

Desarrollar mecanismos transparentes y regulados de transferencia del riesgo para proteger la producción agropecuaria de daños provocados por fenómenos climáticos y desastres naturales adversos.

4.8. Relación con el contexto Latinoamericano

Diferentes países en América Latina y en todo el mundo en los últimos años han presentado alteraciones en las cuatro estaciones del año, situación que provoca mala producción, hasta en ocasiones pérdida total de los cultivos etc. A causa de inundaciones, sequía, granizada y heladas que se presentan de manera inoportuna, por ello se han visto obligados a crear una instancia operativa que asegure la producción agrícola en cada una de sus regiones, tal el caso de México que desde hace cinco años ha implementado la modalidad del seguro agrario.⁵⁵

Así como también Ecuador, Colombia, Argentina y Perú tienen programas de seguros agrícolas para pequeños productores apoyados por los gobiernos, de manera que la mayoría de los países subsidian entre el 60% y el 100% del valor de la prima por el cambio climático y los impactos negativos que puede tener en la agricultura.⁵⁶

⁵⁵ Bascopé, A. J. (2013) "*Cambio Climático, Impacto en la Agricultura*", Santiago de Chile.

⁵⁶ "*Latinoamérica avanza con el Seguro Agrario*", Extraído el 10 de Mayo de 2016, disponible en: www.larazón.com

CAPÍTULO V

5. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

5.1. Metodología descriptiva

El presente Trabajo Dirigido en su fase de investigación utiliza una metodología descriptiva.

5.2. Enfoque de la investigación mixto cuantitativo – cualitativo

El enfoque metodológico será mixto (cuantitativo y cualitativo). Es por este motivo que para una investigación adecuada se planteará un problema de estudio delimitado, el cual permitirá realizar preguntas a la muestra representativa del universo y posteriormente analizar los datos numéricos y la información recopilada; para así alcanzar resultados confiables al momento de poner en marcha la estrategia comunicacional que se usará en el presente trabajo dirigido.

Para Hernández, Sampieri y Mendoza, el método de investigación mixta, representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y análisis de datos cualitativos y cuantitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias, producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento⁵⁷. (Hernández, Sampieri y Mendoza, 2010).

Para Verónica Martínez, “La técnica propone las normas para ordenar las etapas del proceso de investigación, de igual modo, proporciona instrumentos de recolección, clasificación, medición, correlación y análisis de datos, y aporta a la ciencia los medios para aplicar el método”⁵⁸, entonces, se detallará paso a paso, las técnicas e instrumentos que se usarán a lo largo de la investigación, y la manera de cómo se lo hará para obtener los resultados planteados al inicio de dicha investigación.(2013, pág. 3)

⁵⁷Hernández, Sampieri, Mendoza. “*Metodología de la investigación*” 5ta ed.; 2008.pag.5

⁵⁸Martínez, V. (2013) “*Métodos, técnicas e instrumentos de investigación*” s/e;.pag.3

5.2.1. Método cuantitativo.

Es aquel que se basa en los números para investigar, analizar y comprobar información junto a los datos que se obtenga; es decir que el método cuantitativo utiliza valores cuantificables como porcentajes, magnitudes, tasas, costos entre muchos otros; entonces se puede declarar que las investigaciones cuantitativas, realizan preguntas netamente específicas y las respuestas de cada uno de los participantes plasmadas en las encuestas, se obtiene muestras numéricas.

Por último es necesario tomar en cuenta de forma específica el método cuantitativo propone responder pregunta tales como, ¿Cuántos?, ¿Quiénes?, ¿En qué medida?

a) Técnicas.

Las técnicas son los procedimientos e instrumentos que se utiliza para acceder al conocimiento. Como ser: Las encuestas, entrevistas, observaciones y todo lo que se deriva de ellas.

b) Encuestas.

Es una técnica de adquisición de datos de información de interés por medio de preguntas, sus respuestas permiten estudiar y analizar determinados hechos o fenómenos de la realidad concreta a través de lo expresado, mediante un cuestionario previamente elaborado.

c) Cuestionario.

El cuestionario de encuesta es un instrumento de recogida de datos rigurosamente estandarizado que operacionaliza las variables objeto de observación e investigación, por ello las preguntas de un cuestionario constituyen los indicadores de la encuesta.⁵⁹

⁵⁹ Tamayo y Tamayo, M. 1/ed. (1997) “*El proceso de la investigación científica*” Pág. 43.

Entonces en primera instancia se utilizará un método cuantitativo y se utilizará como técnica el uso de instrumentos de recolección y análisis de datos a través de encuestas con preguntas cerradas, para hacer una medición numérica exacta de productores agrícolas en el departamento de La Paz que conozcan al INSA, también registrar el consumo mediático de dichos agricultores y establecer qué tipo de relaciones interpersonales manejan para luego sistematizar los datos, analizar los resultados, y poder trabajar al respecto.

5.2.2. Método cualitativo.

El método cualitativo o la investigación cualitativa como también se le llama, es una técnica o método de investigación que alude a las cualidades, este método se apoya en describir de forma minuciosa, eventos, hechos, personas, situaciones, comportamientos, interacciones que se observan mediante un estudio; y además anexa tales experiencias, pensamientos, actitudes, creencias etc. que los participantes experimentan o manifiestan; por ende es que se dice que la investigación cualitativa hace referencia a las cualidades.

a) La observación.

Es una técnica que implica adentrarse en profundidad a situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente. Dentro de una investigación se debe tomar en cuenta tres preguntas al momento de observar algún fenómeno o hecho social como ser: ¿Qué observar? ¿Dónde? y ¿Cómo?

b) La entrevista.

Es una técnica de recopilación de información mediante una conversación acerca de lo que se investiga. Su éxito depende del nivel de comunicación entre el entrevistador y el entrevistado. En el que se debe tomar en cuenta tres fases o etapas las cuales son: Inicio o apertura, desarrollo o parte central y final o cierre.⁶⁰

⁶⁰Ídem. . Pág. 27.

Y dentro del método cualitativo se hará uso de la técnica de observación, para analizar los mensajes enviados a través de los spots ya emitidos en los medios de comunicación televisivos, y como es la característica de dicho método, determinar si estos mensajes son entendidos a profundidad, y reestructurar el tipo de mensaje que se debería enviar, y de qué manera se debería hacerlo.

Constructo: Es necesario mencionar también que se utilizó la misma técnica de la observación para luego sacar una conclusión sobre las acciones que realizan cada productor ante eventos climáticos adversos.

b) Testimonios de vida

Es la demostración o evidencia de la veracidad de un caso y son de utilidad cuando se está tratando de aclarar qué fue lo que ocurrió en cierto momento, así como también sirve para mostrar a otros algo importante acerca de su historia de vida.⁶¹

5.3. Universo y muestra.

Para Gonzales (1984; pág. 119), el universo y muestra se entiende a la población o cualquier grupo entero completo de unidades estadísticas como por ejemplo los habitantes de un determinado país.

Por lo cual el universo correspondiente al presente trabajo dirigido investigación es el número de productores agrícolas del departamento de La Paz quienes deben ser parte del seguro de acuerdo a la ley de la Nueva Constitución Política del Estado.

Según Tamayo y Tamayo, M (1977), afirma que la muestra “es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico”⁶²

⁶¹www. ejemplode.com. Extraído el 9 de Junio de 2016

⁶²Ídem. Pág. 38

Entonces se utilizará como muestra a 100 productores agrícolas del municipio de Achocalla, para poder realizar mediante encuestas todo lo expuesto anteriormente.

5.4. Delimitación.

Al grupo objetivo al cual se pretende llegar en el presente trabajo es la siguiente:

A los productores agrícolas del departamento de La Paz, pertenecientes a 87 municipios, quienes todavía practican la agricultura familiar en cada ciclo agrícola.⁶³

En esta época del año, los productores en su mayoría están en la etapa final de cosecha en sus cultivos con normalidad siempre y cuando no hayan sufrido alguna pérdida por la presencia de eventos climáticos adversos, por lo que comienzan a preparar la tierra, para la siguiente campaña agrícola, en los meses de Octubre-Noviembre.

Pero la institución, aun no elaboró todavía una estrategia comunicacional para realizar la respectiva socialización para la época de inicio del año agrícola. Sin embargo es oportuno elaborar un plan de comunicación en cada uno de los municipios para que estos puedan informarse de cómo y cuándo asegurar sus cultivos contra eventos climáticos adversos.

El Seguro Agrario Universal Pachamama vigente desde el año 2011, a la fecha tiene su oficina central en la ciudad de La Paz y las regionales en Cochabamba, Chuquisaca, Potosí y Tarija.

En el caso de la Dirección General Ejecutiva, el objetivo del mismo está vinculado con el proceso de dirección de la implementación progresiva del Seguro Agrario Universal “Pachamama”, hecho que da lugar a asignar a dicha dirección la responsabilidad de dirección, orientación y supervisión del proceso de implementación del seguro.

⁶³ Instituto Nacional de Estadística (2015). “*Características de la población*” La Paz-Bolivia

CAPÍTULO VI
6. ESTADO DE SITUACIÓN

6.1. La observación

La observación es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

Entonces en un acercamiento a la Institución a través de la observación de campo comprendido por cinco días nos permite referir lo siguiente:

DÍA UNO (lunes 5 de Septiembre de 2016)

En la Dirección de Seguros y Subsidios es un día como cualquier otro; los técnicos trabajan en estas fechas preparando viajes con el objetivo de pagar a los productores agrícolas de cada uno de los municipios que hayan sido afectados por algún evento climático adverso.

DÍA DOS (martes 6 de Septiembre de 2016)

En la Dirección General los técnicos a primera hora de la mañana parten a cuatro municipios entre ellos Viacha, Laja, Batallas y Achocalla, mientras tanto el Director General de la Institución realiza informes y evaluación del año agrícola 2015-2016. Apoyado por el director del área de comunicación para realizar un discurso detallado acerca de su intervención frente a algunos medios de comunicación una vez terminado el proceso de indemnización a los productores agrícolas.

DÍA TRES (miércoles 7 de Septiembre de 2016)

Los técnicos siguen de viaje y en oficinas de la Institución siguen planificando su cronograma de indemnización para los siguientes días, porque el resto del mes será ese el itinerario de los técnicos quienes son los responsables de realizar los respectivos pagos a beneficiarios que están dentro la cobertura del Seguro Agrario.

DÍA CUATRO (jueves 8 de Septiembre de 2016)

En la Dirección de Estudios Productos y Riesgos se preparan para trabajar en la siguiente campaña agrícola junto a otras instancias como el SENAMHI y el Ministerio de Desarrollo

Rural y Tierras. Los cuales representan una ayuda en la verificación y evaluación respecto a la presencia de cambios climáticos.

DÍA CINCO (viernes 9 de Septiembre de 2016)

La Dirección Administrativa Financiera prepara datos exactos como antecedente para poder solicitar y a la vez enviar al ministerio de economía y Finanzas el plan de trabajo y los recursos económicos que necesitara la institución en la siguiente campaña agrícola.

6.2. Conclusión

A manera de conclusión se confirma que la institución no elaboró todavía una estrategia comunicacional para realizar la respectiva socialización por la época de inicio de la campaña agrícola 2016-2017. Sin embargo es oportuno elaborar una producción audiovisual y difundirlo a través de canales locales y junto a las brigadas de socialización que la Institución organiza al inicio de cada campaña agrícola, para que el productor agrícola de cada uno de los municipios pueda informarse sobre que es el Seguro Agrario, cómo y cuándo debe asegurar sus cultivos contra eventos climáticos adversos.

CAPÍTULO VII

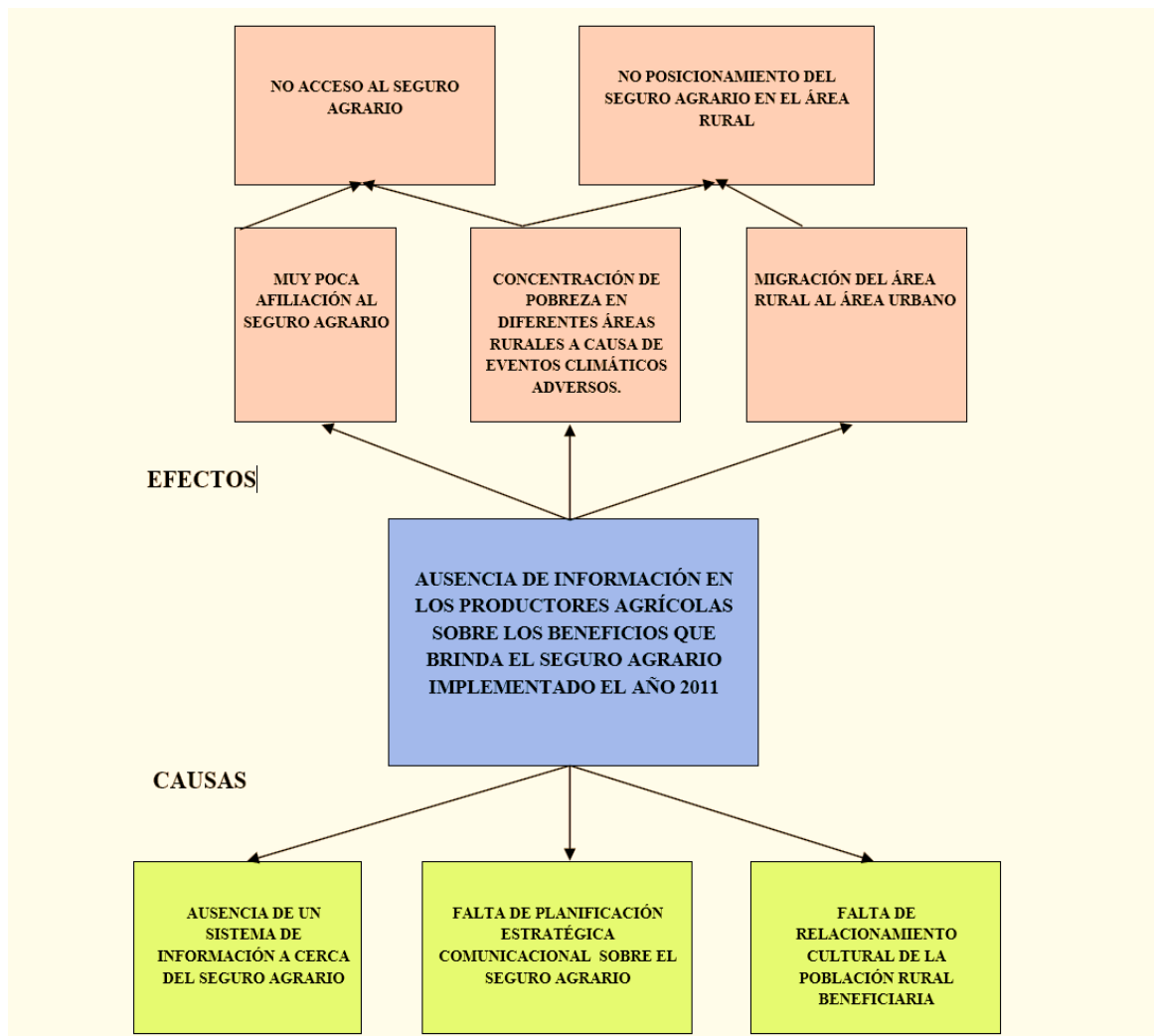
7. PROPUESTA COMUNICACIONAL

7.1. Árbol de problemas

Se parte de identificar el problema comunicativo para solucionarlo a través de la técnica del árbol de problemas.

ÁRBOL DE PROBLEMAS DESDE LA COMUNICACIÓN EN EL INSTITUTO DEL SEGURO AGRARIO (INSA)

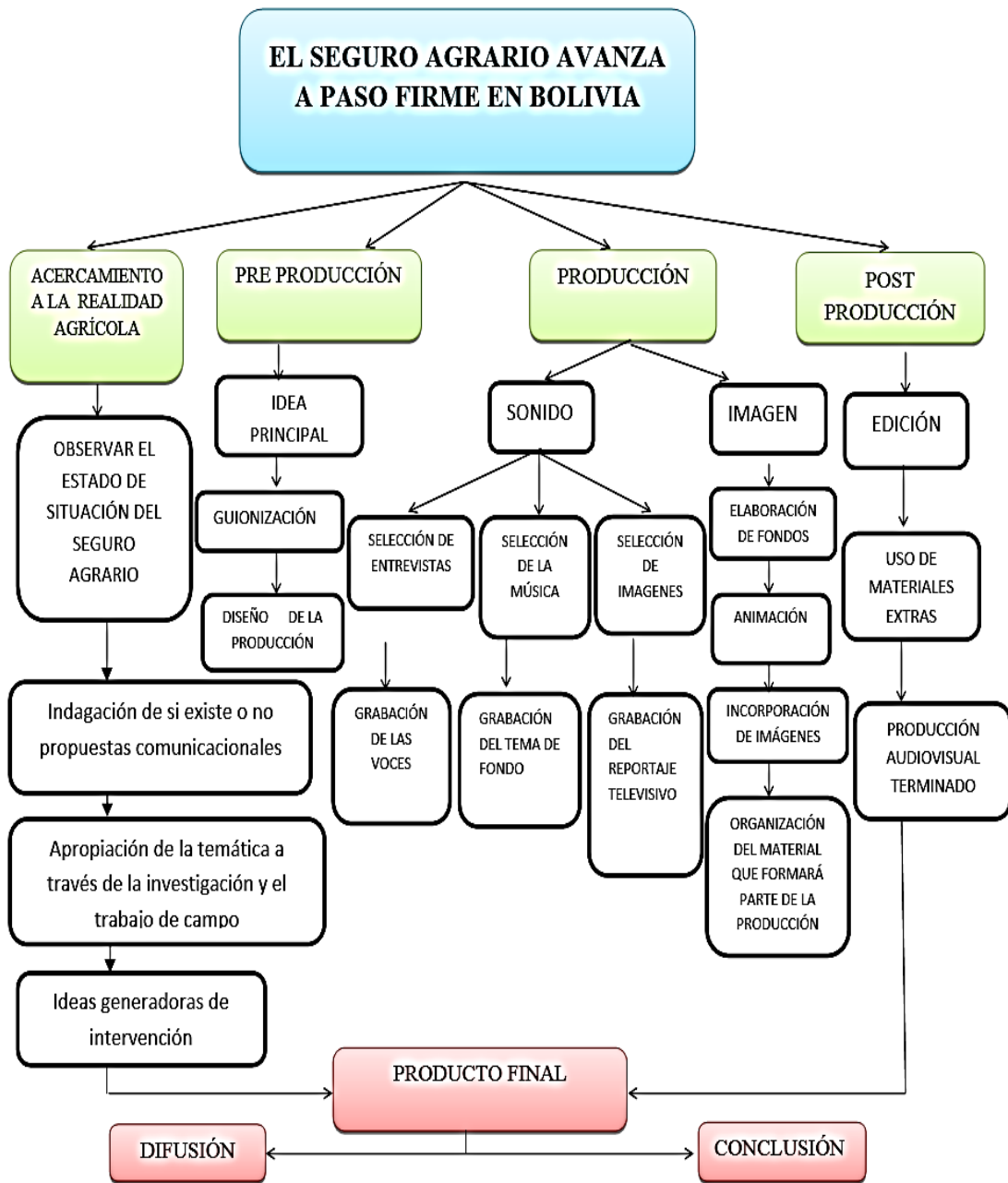
Cuadro N° 10



FUENTE: Elaboración Propia

7.2. Estructura de la propuesta comunicacional

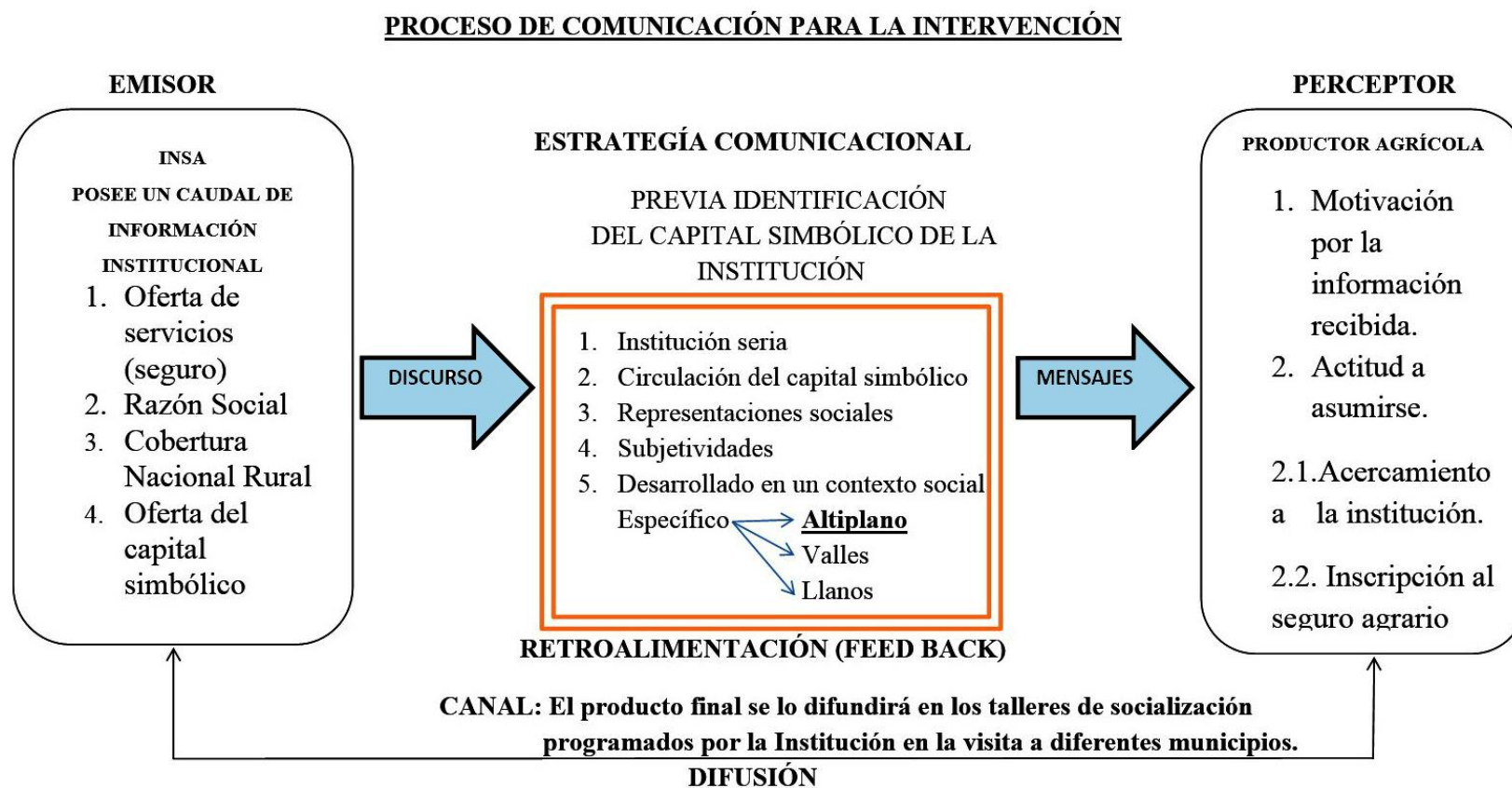
Cuadro N° 11



FUENTE: Elaboración propia.

7.3. Preparación de la propuesta comunicacional

Cuadro N° 12



Receptor: Limitado a recibir solo mensajes o señales, con un papel pasivo e incapaz de pensar y de codificar.

Perceptor: Se asume a la capacidad de responder, pensar y de actuar como emisor. (Capacidad de percibir).

FUENTE: Elaboración propia.

7.3.1. Título

“El Seguro Agrario avanza a paso firme en Bolivia”

7.3.2. Objetivos

- Informar a través del reportaje televisivo por canales locales, provinciales y reuniones grupales, es decir en los talleres de socialización que programa la Institución
- Lograr la apropiación y posicionamiento del Instituto del Seguro Agrario (INSA) en el pensamiento de cada uno de los agricultores rurales.
- Conseguir que el productor agrícola asegure su producción ante desastres climáticos adversos en la próxima campaña agrícola 2016-2017.

7.3.3. Necesidad

En la actualidad el fenómeno del niño así como las condiciones climáticas adversas afectan de manera alarmante la agricultura en el país, En el primer semestre del año, el evento climático adverso como la sequía provocó la pérdida del 70% en la producción de papa, cebada y haba en el altiplano. Con mayor énfasis en municipios catalogados con alto nivel de pobreza, entre ellos podemos mencionar a Charasani, Carabuco, Ayata, Moco Moco, Aucapata, Quiabaya y Yaco. El Seguro Agrario llegó a estos municipios, pero no en su totalidad, entonces es necesario informar de manera sencilla y oportuna a productores agrícolas de regiones alejadas que todavía no conocen la existencia del seguro y los beneficios que otorga a la producción.

7.3.4. Público destino

El presente material audiovisual va dirigido a los productores agrícolas del departamento de La Paz, es decir a sus 87 municipios.

Para lograr una difusión de la información que es de interés local, como en ciudades intermedias que cuentan con sus propios canales de televisión.

7.3.5. Beneficios

Una vez hecho la transferencia de riesgos de la producción agrícola, el agricultor puede estar tranquilo, y si pierde parcial o totalmente sus cultivos tendrán la seguridad de recibir una indemnización económica a través del Instituto del Seguro Agrario.

7.4. Producción del material audiovisual

7.4.1. Preproducción

Para cualquier producción esta etapa es el punto de partida, porque se planifica y se organiza a detalle el trabajo que se realizará, para obtener todo el material necesario para posteriormente empezar con la producción.

El trabajo de preproducción inicialmente se apoyó en una idea principal, una historia que presenta los daños que causa los cambios climáticos a la agricultura, así como también informar sobre la existencia del Seguro Agrario y el tiempo que viene trabajando en favor a la producción agropecuaria, para la tranquilidad del productor agrícola rural.

Por último se desarrolló a la elección de personajes y escenarios que formarán parte de la producción audiovisual, como el Director General Ejecutivo de la institución y agricultores eventuales, sustanciales. Acompañado del libreto de voz en off, con el objetivo de servir de guía para entender una historia, antes de realizar la respectiva filmación y para finalizar se procedió a la elaboración del guion técnico, que es la transcripción en secuencias y planos para una producción audiovisual de todas las escenas definidas anteriormente, porque es el que planifica la realización e incorpora indicaciones técnicas precisas como por ejemplo:

Ángulos o las diferentes posiciones de las cámaras, porque más adelante servirá de ayuda en el momento de la grabación de la producción.

7.4.2. Producción

La producción es una etapa muy importante en la elaboración de toda producción audiovisual, en el que se ve los resultados planificados en la etapa de preproducción, puesto que será decisiva para todo el trabajo.

Porque constará de un trabajo de campo, grabaciones, entrevistas, testimonios y un amplio material audiovisual informativo, descriptivo y propositivo.

Por último después de obtener la animación de las diferentes secuencias además de efectos sonoros, música entre otros, se procedió con la última etapa de post producción.

7.4.3. Post producción

Es la etapa en la que efectiviza la edición del producto audiovisual, en este caso el reportaje televisivo, es decir la recolección de música efectos de fondo, escenarios afectados por desastres climáticos, entrevistas, voz en off de la investigadora, color, niveles de sonido, música, entre otros materiales. Al concluir el trabajo se procedió a pasar el material editado a un soporte adecuado para su difusión, en este caso un en DVD.

Personajes que intervienen en el reportaje televisivo

1. Institución. Responsables como Director, Sub director y Técnicos.
2. Agricultores. Personajes eventuales, sustanciales, es decir reales del lugar.
3. Investigadora. Ejecutora del proyecto con amplia relación del medio.
4. Efectos de fondo. Cesar Junaro y su grupo Savia Nueva, por su letra y música que se caracteriza por la construcción de una sociedad mejor el cual permite contextualizar el producto comunicacional..
5. Grabaciones. Realizados en el sector del altiplano del departamento de La Paz.

7.4.4. Difusión

El reportaje televisivo se lo difundirá por canales locales, provinciales y reuniones grupales, con una periodicidad de 3 meses con su medición de impacto y así alcanzar los objetivos fijados al inicio de la producción. Hacer conocer los beneficios que otorga el Instituto del Seguro Agrario INSA para luego proceder a asegurar sus cultivos ante eventos climáticos adversos en la próxima campaña agrícola.

PLAN DE DIFUSIÓN DEL PRODUCTO AUDIOVISUAL

CUADRO N° 13

PLAN DE DIFUSIÓN DEL PRODUCTO AUDIOVISUAL	GRUPAL	<ul style="list-style-type: none">• Socialización por las brigadas de la institución (INSA)
	INSTITUCIONAL	<ul style="list-style-type: none">• Página web de la institución• Exposición en DEMO en instalaciones del ministerio de desarrollo rural y tierras (M D R y T)
	MASIVA	<ul style="list-style-type: none">• Canales provinciales• Canales locales• Otros

FUENTE: Elaboración propia.

7.4.5. Logotipo de la tapa del reportaje televisivo

Cuadro N°14



DVD
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

7.4.6. Plan de medios

7.4.6.1. Objetivo del producto audiovisual

Apropiación en los productores agrícolas de la información institucional, contenidos en el producto audiovisual “El Seguro Agrario avanza a paso firme en Bolivia”

Cuadro N° 15

CANALES		CIUDADES	PERIODISIDAD DE DIFUSIÓN
1.	Wara Achacacheña canal 4	Achacachi	Una vez al día, antes del taller de socialización
2.	Sorata Markanxa Machanakaxa canal 41	Sorata	Una vez al día, antes del taller de socialización
3.	Apolo Marka Abya Yala canal 41	Apolo	Una vez al día, antes del taller de socialización
4.	Viacha Televisión	Viacha	Una vez al día, antes del taller de socialización
5.	RTM Palos Blancos canal 13	Palos Blancos	Una vez al día, antes del taller de socialización
6.	Pucarani Markanxa Mayiwinakaxa	Pucarani	Una vez al día, antes del taller de socialización
7.	Bolivia TV Canal 7	Laja	Una vez al día, antes del taller de socialización
8.	Sica Sica Chillqtawinaka Abya Yala canal 41	Sica Sica	Una vez al día, antes del taller de socialización
9.	Patacamaya Markan Quillayasiña Uta	Patacamaya	Una vez al día, antes del taller de socialización
10.	Radio Televisión Caranavi	Caranavi	Una vez al día, antes del taller de socialización

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro anterior se menciona a 10 municipios catalogados como ciudades intermedias del departamento de La Paz, de los cuales 5 cuentan con su propio canal de televisión y el resto puede acceder a la señal de diferentes canales, como ser Bolivia TV, Bolivisión, Red Uno entre otros.

Ante esta constatación, La producción audiovisual se difundirá en canales locales, con una periodicidad de una vez al día en Achacachi, Sorata, Viacha, Palos Blancos y Caranavi, Apolo, Pucarani, Laja, Sica Sica y Patacamaya. Material difundido antes de realizarse el taller de socialización por las brigadas del instituto del Seguro Agrario (INSA).

7.4.7. Libreto de voz en off

Es una técnica de producción donde se transmite la voz, sin necesidad que la persona este visualmente delante de la cámara.

LIBRETO DE VOZ EN OFF

PRODUCTO AUDIOVISUAL: “El Seguro Agrario avanza a paso firme en Bolivia”

FORMATO: Reportaje televisivo

DURACIÓN: 19 minutos

DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN: Paco Quino Karin Marianela

El fenómeno del cambio climático a causa del calentamiento global, tiene un impacto significativo en la agricultura, convirtiéndose en una amenaza a la seguridad y soberanía alimentaria a nivel mundial.

La variabilidad climática junto a la alteración en los patrones de lluvia, las inundaciones, las granizadas, la sequía son algunos de los efectos negativos de los fenómenos climáticos que ocurren en Bolivia, considerando que el 95 % del total de productores pertenecen a la agricultura familiar.

Por esta razón, se trabajó en políticas estatales para impulsar los esfuerzos de pequeños productores agrícolas y proteger su producción a través de un instrumento que posibilita la transferencia del riesgo productivo al Estado, el cual es El Seguro Agrario Universal Pachamama y El Instituto del Seguro Agrario (INSA), como el ente encargado de su implementación progresiva. Un beneficio para todos los bolivianos a través de una disponibilidad de alimentos, estabilidad en precios, calidades y en cantidades suficientes en los mercados nacionales.

PRIMERA PARTE

El Instituto del Seguro Agrario como brazo operativo y bajo tuición del Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras es responsable de implementar de forma progresiva el Seguro Agrario Universal Pachamama en su modalidad “PIRWA” mediante la Ley 144 de la Revolución Productiva Comunitaria Agropecuaria y el Decreto Supremo 942.

Actualmente el Seguro Agrario en su modalidad PIRWA permite asegurar los cultivos de la agricultura familiar de los municipios con mayor nivel de pobreza con vocación agrícola y hacer frente a daños ocasionados por diferentes eventos climáticos adversos como la helada, granizo, inundaciones y sequía. Con una cobertura de seguro a cultivos previamente seleccionados como la papa, trigo, quinua, haba, maíz, frejol, cebada, avena y alfalfa.

“Así contribuir a la protección de la producción agrícola”

Apoyar la manutención de las familias productoras del área rural, a través de una indemnización económica que permita solventar parte de la alimentación de las familias.

Motivar la planificación de actividades agrícolas renovadas y fortalecer la producción de alimentos.

Por sobre todo evitar la migración a las ciudades, el cual provoca una desagregación familiar, continuar con su vida sin dejar de lado sus costumbres, su cultura y su territorio.

SEGUNDA PARTE

El Instituto del Seguro Agrario contempla tres pasos importantes en la implementación del Seguro Agrario en su modalidad Pirwa. Una vez realizado el anuncio de la fecha de inicio y finalización del Registro Agrícola Comunal, el pequeño productor debe proceder a realizar su respectiva inscripción.

1. En El Registro Agrícola Comunal registrando su plan de siembra, es decir que cultivos va a sembrar, cuanto de superficie abarcara, cuanto de semillas va a utilizar, donde va a sembrar y la fecha estimada de siembra junto a su autoridad comunal, con un carácter de declaración jurada, basado en el control social y supervisado por un técnico municipal.

Los dirigentes comunales juegan un rol muy importante que es de coordinar acciones para el levantamiento del Registro Agrícola Comunal. En caso de producirse un siniestro cubierto por el seguro agrario este debe dar parte al gobierno municipal, al INSA de lo ocurrido a tiempo que es él:

2. Aviso de siniestro, peritaje y dictamen, entonces una vez ocurrido el siniestro el productor afectado realiza el aviso a su autoridad comunal y este al técnico municipal, para luego solicitar la evaluación de los cultivos afectados al INSA. Posteriormente la Institución procede a realizar un estudio previo en base a la información del aviso inicial del Registro Agrícola Comunal e información secundaria, para luego proseguir con la verificación y evaluación del daño en campo, ocasionado al cultivo por el evento reportado. Es así que el INSA procede a coordinar y estructurar un expediente con todos los antecedentes previos para que el mismo sea remitido para revisión y análisis y posterior emisión del dictamen de pago o no de indemnización.
3. El pago de indemnización, es procesado considerando datos de identificación del productor beneficiario y la superficie siniestrada. Con esta información se define el monto a pagar.

Es necesario mencionar que la indemnización por hectárea registrada es de 1.000 Bs. El productor puede asegurar un máximo de tres hectáreas, no existe un mínimo.

TERCERA PARTE

El Seguro Agrario en su tercer año ha protegido más de 272 mil hectáreas de cultivos trabajadas por cerca de 146 mil productores agrícolas dedicados a la agricultura familiar.

CAMPAÑA AGRÍCOLA 2012 -2013

91.226 hectáreas aseguradas

57.410 productores registrados en 2.526 comunidades de 63 municipios

7.601.460 Bs. Fueron indemnizados a 7.141 productores afectados.

Y por otra parte en la:

CAMPAÑA 2015-2016

250.000 hectáreas protegidas por el seguro agrario

25.000 hectáreas siniestradas de 142 municipios

Este año se tiene previsto indemnizar alrededor de 25.000.000 bolivianos por indemnización.

El Seguro Agrario Universal Pachamama alberga varias modalidades de seguro que serán desarrollados paulatinamente.

La primera en su modalidad Pirwa, un seguro para proteger la agricultura familiar. Fortaleciendo a este gran empleador que es el agro. Fortalecer la seguridad y soberanía alimentaria en Bolivia, un avance que pretende llegar a más de 500.000 hectáreas registradas donde casi el 50% de lo que hace la agricultura familiar en general en Bolivia.

Un crecimiento factible bajo las políticas actuales donde se prioriza el bienestar del boliviano a partir de disponibilidad de alimentos mediante:

- Seguros comerciales
- seguro convencional
- individual
- Apoyo a Préstamos y créditos

No olvides productor agrícola: La información que realices debe ser fidedigna y precisa sobre el sistema de producción que emplearas sobre las parcelas, cultivos y dimensiones. Todo en el plazo establecido por la Institución (INSA). También recuerda que solo se pagará a los agricultores que estén inscritos en el Registro Agrícola Comunal.

Porque el buen trabajo del INSA será posible solamente con la participación y compromiso activo de tu comunidad.

¡¡¡Con el derecho de llevar una vida plena y digna bajo los principios de complementariedad, reciprocidad, solidaridad, seguridad jurídica, interés individual y bienestar de todos los bolivianos!!!

7.4.8. Guion técnico

NOMBRE DE LA PRODUCCIÓN: “El Seguro Agrario avanza a paso firme en Bolivia”

PRODUCTOR Y DIRECCIÓN: Karin Marianela Paco Quino

FECHA DE LA PRODUCCIÓN: Septiembre – Diciembre de 2016

GUIÓN TÉCNICO

Nº	PLANO	ÁNGULO	MOVIMIENTO	¿QUÉ SE VERÁ?	SONIDO
1.	P G	NORMAL	ZOOM IN ARRIBA - ABAJO	Imagen de noticia del periódico	Música de fondo instrumental lenta
2.	PG	NORMAL	ZOOM IN IZQUIERDA DERECHA	Imagen de noticia del periódico	Música de fondo instrumental lenta
3.	P G	NORMAL	ZOOM IN ABAJO ARRIBA	Imagen de noticia del periódico	Música de fondo instrumental lenta
4.	P G	NORMAL	ZOOM IN IZQUIERDA DERECHA	Imagen de noticia del periódico	Música de fondo instrumental lenta
5	P G	NORMAL	ZOOM IN	Imagen de noticia del periódico	Música de fondo instrumental lenta

6.	P G	NORMAL	ZOOM IN ABAJO - ARRIBA	Aparición noticia actual: Seguro Agrario pagará este año 25 millones de bs. en indemnización por hectáreas siniestradas	Música con suspenso música de fondo instrumental
7.	PLANO COMPLE TO	NORMAL	FIJO	Presentación del tema, descripción de la institución de manera resumida (presentadora)	Sonido ambiente paisaje
8.	PG	NORMAL	ZOOM OUT	Aparición del logotipo de la institución (INSA)	Con suspenso música de fondo instrumental
9.	PPP	PICADO	ZOOM	Agricultores cosechando papa.	Sonido ambiente
10.	P G	PICADO	PANEO	Imagen de archivo del (INSA).	Sonido ambiente
11.	P M	NORMAL	FIJO	Entrevista al Director General Ejecutivo. Ing. Erik Murillo, explica a quienes apoya el seguro y por qué.	Sonido ambiente
12.	P C	NORMAL	FIJO	Agricultores y técnicos de la institución en verificación de campo	Voz en off del director explica el apoyo a los municipios.

13.	P M	PICADO	ZOOM IN	Voz en off (presentadora explica sobre la actitud a tomar en caso de presentarse algún evento climático adverso explica la necesidad de seguro agrario en el área rural	Sonido ambiente
14	P G	NORMAL	FIJO	Productores reunidos a la espera de la cancelación del seguro agrario.	Voz en off (presentadora explica sobre la actitud a tomar en caso de presentarse algún evento climático adverso.
15.	P G	NORMAL	TRAVELLING HACIA ADELANTE	Municipios afectados por el evento climático adverso de la inundación	Voz en off (presentadora explica sobre la actitud a tomar en caso de presentarse algún evento climático.
16.	PM	NORMAL	FIJO	Entrevista al Director General ejecutivo. Ing. Erik Murillo, explica sobre los objetivos de la institución para evitar la migración.	Sonido ambiente
17.	P G	NORMAL	PANEO	Agricultores presentes en un acto de indemnización organizada por el INSA.	Voz en off del director quien explica como el agricultor invierte su dinero en comprar semillas para la próxima campaña agrícola.

18.	P G	NORMAL	PANEO	Verificación de técnicos en los cultivos con denuncia de pérdidas de cultivos de cebada a causa del fenómeno de la sequia	Voz en off del director quien explica que la ciudadanía en general son beneficiados por el seguro agrario.
19.	P A	NORMAL	FIJO	Técnico de la institución procede al pago de la indemnización	Voz en off (presentadora) explica sobre cómo y cuándo recurrir a la institución
20	PD	NORMAL	FIJO	firma de un productor después de recibir su indemnización	Voz en off (reportera) explica que cada productor beneficiado debe portar siempre su documento de identificación vigente.
21.	P C	PICADO	FIJO	Agricultores beneficiados por el seguro y reunidos para recibir su indemnización.	Voz en off (presentadora) explica la misión de la institución para evitar la desagregación familiar.
22.	PD	NORMAL	PICADO	Agricultores contando el dinero y con un rostro alegre	Sonido ambiente en un centro deportivo de la comunidad
23	P M	NORMAL	FIJO	Entrevista al Ing. Germán gallardo quien explica el cómo se implementa el seguro agrario en Bolivia	Sonido ambiente.

24	P G	NORMAL	PANEO DERECHA - IZQUIERDA	Imágenes de cultivos afectados por el fenómeno de la sequía	Voz en off (reportera) evaluación sobre la gravedad de daños del fenómeno de la sequía en el área rural
25.	P M	NORMAL	FIJO	Imágenes de agricultores recibiendo la información precisa de los técnicos del seguro agrario.	Voz en off (presentadora) explica sobre los tres pasos a seguir para acceder al seguro agrario
26.	P C	NORMAL	FIJO	Reunión de agricultores recibiendo una socialización acerca del seguro agrario	Voz en off(reportera) con una explicación sobre el inicio de la campaña agrícola 2016-2017
27.	P C	NORMAL	PANEO IZQUIERDA - DERECHA	Personal del INSA en el proceso de registro agrícola de cada municipio	Voz en off (reportera) explica sobre el procedimiento de sistematización de datos.
28	P C	NORMAL	PANEO DERECHA-IZQUIERDA	Imágenes de archivo del INSA	Voz en off (reportera) explica sobre el procedimiento de sistematización de datos.
29.	P M	NORMAL	FIJO	Técnico del INSA procede a pesar muestras de cultivos como el maíz	Voz en off (reportera) explica sobre el procedimiento de sistematización de datos
30.	P M	NORMAL	FIJO	Personal del INSA brinda información a un productor agrícola sobre el registro agrícola comunal	Voz en off (reportera) explica sobre los pasos que debe seguir el agricultor para asegurar sus cultivos

31.	P M	NORMAL	FIJO	Entrevista al Director General Ejecutivo. Ing. Erik Murillo, explica sobre como el agricultor debe hacer conocer su plan de siembra en cada campaña agrícola	Sonido ambiente.
32.	P D	NORMAL	FIJO	Imagen de la computadora que muestra el registro de cada agricultor que aseguró sus cultivos.	Voz en off del director quien explica sobre la sistematización de datos exactos de cada productor agrícola.
33.	P D	NORMAL	PANEO	Imagen de carpetas por familias agricultoras de cada municipio	Voz en off del director quien explica que cada familia tiene su propia carpeta de datos en la institución.
34.	P C	NORMAL	FIJO	Técnicos de la institución evaluando datos adquiridos en campo.	Voz en off del director quien garantiza el trabajo de los técnicos en procesar datos verídicos y exactos.
35.	P M	NORMAL	FIJO	Entrevista al director general ejecutivo. Ing. Erik murillo, explica sobre la base de datos que les permite manejar los casos de manera seria.	Voz en off del director quien garantiza el trabajo de los técnicos en procesar datos verídicos y exactos.
36.	P C	NORMAL	FIJO	Agricultores muestran la pérdida de cultivos a los técnicos del INSA	Voz en off (reportera) explica sobre cómo se debe hacer el aviso de siniestro.

37.	P M	NORMAL	FIJO	Técnico explica sobre la evaluación de campo de los técnicos del INSA, después del aviso de siniestro	Voz en off (reportera) quien explica que la evaluación se lo realiza en presencia de una autoridad del municipio y un funcionario del INSA
38.	P C	PICADO	TRAVELLING HACIA ADELANTE	Movilidad del INSA en camino al municipio de Viacha para una evaluación de siniestro	Voz en off (reportera) explica sobre la información de datos exactos para recibir la visita del personal del INSA.
39.	P G	NORMAL	FIJO	Imágenes de archivo del INSA	Voz en off (reportera) explica que es muy importante la verificación de daños en la producción.
40.	P C	PICADO	FIJO	Imágenes de archivo del INSA	Voz en off (reportera) proceso de determinación de puntos aleatorios en el proceso de evaluación de daños.
41.	P C	NORMAL	FIJO	Técnicos en evaluación con el uso del dron en campo	Voz en off del Director del INSA quien explica el uso del dron en campo completamente georeferenciadas.

42.	P M	NORMAL	FIJO	Entrevista al Director General Ejecutivo Ing. Erik Murillo, resume los tres pasos para proceder a la indemnización	Sonido ambiente.
43.	P D	NORMAL	FIJO	Imágenes de archivo del INSA	Voz en off (reportera) explica el cómo se realiza la indemnización junto a las autoridades.
44.	P M	CONTRA PICADO	FIJO	Viceministro de Tierras realizando el pago a una productora agrícola beneficiada	Voz en off (reportera) explica los logros de la Institución
45.	P M	CONTRA PICADO	FIJO	Alcalde del Municipio de Viacha realizando el pago a un productora agrícola beneficiado.	Voz en off (reportera) explica los logros de la Institución
46.	P G	NORMAL	FIJO	Imágenes de archivo del INSA	Voz en off (reportera) Datos cuantitativos acerca de los cinco años de vida de la institución.
47.	P M	NORMAL	FIJO	entrevista al Ing. Germán gallardo quien explica el éxito del Seguro Agrario en Bolivia	Sonido ambiente.
48.	P M	CONTRA PICADO	FIJO	Imágenes de archivo del INSA	Voz en Off del Ing. Germán Gallardo. Hace una evaluación sobre el trabajo de la institución.

49.	P M	NORMAL	FIJO	entrevista al Ing. Germán gallardo quien explica el éxito del Seguro Agrario en Bolivia	Sonido ambiente.
50.	P P	NORMAL	FIJO	Imagen reportera presente en un acto de indemnización	Voz en off (reportera) explica las proyecciones a futuro de la institución.
51.	P M	NORMAL	FIJO	Entrevista al Ing. Germán gallardo quien explica el éxito y la experiencia adquirida en la última campaña agrícola del Seguro Agrario en Bolivia	Sonido ambiente.
52.	P P	NORMAL	FIJO	Reportera explica en un acto de indemnización en el municipio de Viacha.	Sonido ambiente
53.	P P	NORMAL	FIJO	Entrevista al Alcalde del municipio de Viacha. Agradeciendo a la institución por el apoyo.	Sonido ambiente.
54.	P M	NORMAL	FIJO	Entrevista a la señora Dionicia Ramos, que agradece el apoyo del gobierno	Sonido Ambiente.
55.	P M	NORMAL	FIJO	Entrevista al señor Gualberto Casilla que agradece el apoyo del gobierno	Sonido Ambiente.
56.	P M	NORMAL	FIJO	Entrevista a la señora Juana Canqui que agradece el apoyo del gobierno	Sonido Ambiente.

57.	P M	NORMAL	FIJO	Entrevista a la señora Marcelina Marca que agradece el apoyo del gobierno	Sonido Ambiente.
58.	P M	NORMAL	FIJO	Entrevista a la señora Herminia Flores que agradece el apoyo del gobierno	Sonido Ambiente.
59.	P M	NORMAL	FIJO	Entrevista al señor Hipólito Choque que agradece el apoyo del gobierno	Sonido Ambiente.
60.	P M	NORMAL	FIJO	Entrevista al señor Issac Maldonado que agradece el apoyo del gobierno	Sonido Ambiente.
61.	P M	NORMAL	FIJO	Entrevista a la señora Teodora Sirpa que agradece el apoyo del gobierno	Sonido Ambiente.
62.	P M	NORMAL	FIJO	Entrevista al Dr. Valentín Ticona quien califica como excelente esta iniciativa de gobierno.	Sonido Ambiente.
63.	P M	NORMAL	FIJO	Entrevista al señor Cruz Poma que agradece el apoyo del gobierno	Sonido Ambiente.
64.	P M	NORMAL	FIJO	Entrevista al señor Juan Pérez que agradece el apoyo del gobierno	Sonido Ambiente.
65.	P M	NORMAL	FIJO	Entrevista a la señora Marcelina Marca que agradece el apoyo del gobierno	Sonido Ambiente.

66.	P M	NORMAL	FIJO	Entrevista a la señora Senovia Quispe. que agradece el apoyo del gobierno	Sonido Ambiente.
67.	P M	NORMAL	FIJO	Entrevista a la señora Sonia Sirpa. que agradece el apoyo del gobierno	Sonido Ambiente.
68.	P M	NORMAL	FIJO	Entrevista a la señora Dionicia Ramos, agradece en el idioma aymara a la institución.	Sonido Ambiente.
69.	P C	NORMAL	FIJO	Imagen de una productora agrícola junto a la reportera.	Voz en off (reportera) invitando a participar de la próxima campaña agrícola.
70.	P D	PICADO	FIJO	Imagen de archivo del INSA	Voz en off (reportera) invitando a participar de la próxima campaña agrícola.
71.	P D	PICADO	FIJO	Manos contando el dinero	Voz en off (reportera) invitando a participar de la próxima campaña agrícola dentro del plazo establecido.
72.	P M	NORMAL	FIJO	Reportera u agricultor hablando	Voz en off (reportera) quien aclara que los agricultores registrados serán beneficiados.
73.	P M	NORMAL	FIJO	Agricultora agrícola sonriente por la indemnización	Con suspenso música de fondo instrumental
74.	PG	NORMAL	ZOOM AOUT	Aparición del logotipo de la institución (INSA)	Con suspenso música de fondo instrumental
75.	PG	NORMAL	ZOOM AOUT	Aparición del logotipo del Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras.	Con suspenso música de fondo instrumental

7.4.9. Presupuesto

HOJA DE PRESUPUESTO

NOMBRE DE LA PRODUCCIÓN: “El Seguro Agrario avanza a paso firme en Bolivia”

PRODUCTOR Y DIRECCIÓN Karin Marianela Paco Quino

FECHA DE LA PRODUCCIÓN: Septiembre – Octubre de 2016

Recursos técnicos			
DESCRIPCIÓN	ESTIMADO	REAL	NOTAS
Alquiler micrófono	Bs. 600	Bs. 300/día	Pago por 4 días de alquiler del micrófono Bs. 1.200
Alquiler filmadora	Bs. 200	Bs. 350/día	Pago por 4 días de alquiler de filmadora Bs. 1.400
Alquiler Grúa	Bs. 500	Bs. 200/día	Pago por 1 día de alquiler de la grúa Bs. 200
Recursos humanos			
camarógrafo	Bs.150	Bs. 50/día	Pago por 4 días de trabajo Bs. 200
Editor	Bs. 350	Bs. 21/minuto	Pago por 17 minutos de edición Bs. 350
Gaffer	Bs. 80	Bs 30/día	Pago por 3 días de trabajo Bs. 120

Catering	Bs. 100	Bs 30/día	Pago por 4 días, refrigerio-almuerzo para 3 personas Bs. 210
Acopio de información			
Uso de internet	Bs. 10	Bs. 10	Tiempo de uso del internet 5 Horas Bs. 10 y 5 por la copia de de noticias.
Copia de archivos de periódico	Bs. 5	Bs. 5	
Impresión tapa DVD	Bs. 10	Bs. 10	Tres ejemplares de impresión Bs. 30
Serigrafiado del DVD	Bs. 10	Bs. 10	Tres ejemplares de impresión Bs. 30
Impresión documento final	Bs. 15	Bs. 15	Tres ejemplares de impresión Bs 45
Imprevistos	Bs. 100	Bs. 20	Carreras de radiotaxis, rumbo al municipio de Viacha Bs. 20
TOTALES			Bs. 3.790

7.4.10. Cronograma de actividades

Plan de preproducción				
Título: El Seguro Agrario avanza a paso firme en Bolivia				
ACTIVIDAD	INICIO	FINAL	PERSONAL TECNICO	LOCACIÓN
Selección del personal técnico entrevistado (personal del INSA)	14 de Septiembre de 2016	15 de Septiembre de 2016	Director General y	Predios de la institución
Selección del personal empírico entrevistado(Agricultores)	16 de Septiembre de 2016	17 de Septiembre de 2016	Director General	Municipios del departamento de La Paz
Elaboración del libreto de voz en off	19 de Septiembre de 2016	21 de Septiembre de 2016	Director General	
Elaboración del guion técnico	23 de Septiembre de 2016	25 de Septiembre de 2016	Director General	
Contratación del personal técnico, transporte y alimentación	26 de Septiembre de 2016	30 de Septiembre de 2016	Director General	

Cronograma de producción y postproducción				
Título: El Seguro Agrario avanza a paso firme en Bolivia				
ACTIVIDAD	INICIO	FINAL	ENCARGADO	LOCACIÓN
Rodaje del reportaje televisivo, entrevistas, Director General del INSA	30 de Septiembre	1 de Octubre de 2016	Reportera	Oficinas de la Institución
Rodaje reportaje televisivo, entrevistas, agricultores	3 de Octubre de 2016	5 de Noviembre de 2016	Reportera	Municipios del departamento de La Paz
Edición y post producción, audio, serigrafiado del DVD	8 de Noviembre de 2016	11 de Diciembre de 2016	Editor, sonidista	Productora
Presentación del producto audiovisual terminado	15 de Diciembre de 2016			UMSA, Carrera de Ciencias de la Comunicación Social

7.5. Estrategia comunicacional

Esta intervención se lo hará con una estrategia de comunicación, junto a una combinación de mensajes y planteamientos de acuerdo a las necesidades comunicacionales de la Institución, por lo que se plantea las siguientes líneas de acción:

7.5.1. Cuña radial

La cuña radial es un formato de expresión donde juega un único sentido, hablamos del oído y al prescindir del resto de los sentidos, sobre todo de la vista, entonces se hará hincapié en ciertos factores para conseguir la atención del productor y por supuesto lograr la comprensión y apropiación del Instituto del Seguro Agrario en la mentalidad de él.

7.5.2. Objetivo general de la cuña radial

Informar acerca del apoyo que brinda el INSA a la producción de aquellos pequeños productores agrícolas, que en algún momento perdieron sus cultivos a causa de eventos climáticos adversos como ser: La granizada, sequías, inundaciones y heladas.

7.5.3. Línea discursiva de la cuña radial

Se utilizará un lenguaje radiofónico expresado en una cuña radial bajo una estructura sencilla y comprensible; se dará énfasis a conocer a una explicación de cuándo, cómo y a dónde recurrir en caso de pérdida de producción y por último hacer una invitación para poder ser parte de la cuarta campaña agrícola 2016 – 2017.

7.5.4. Ficha técnica de la cuña radial

Es una recolección de datos, sobre la función, locución y destinatario para que un determinado espacio tenga su propio carácter y coherencia.

FICHA TÉCNICA DE LA CUÑA RADIAL		
Emisora o entidad responsable: Alguna emisora comunitaria del departamento de La Paz		
Nombre de la cuña radial: Conozcamos al Instituto del Seguro Agrario		
Audiencia o público: Productores agrícolas de diferentes municipios del departamento de La Paz.		
Duración: 30 segundos		
CONTROL	Entra canción grupo Savia Nueva tema Cóndor Vuelve p. p. desvanece	3 segundos
LOCUTOR	<p>El INSA es la institución encargada de asegurar la producción del pequeño productor agrícola tan solo con la inscripción al Registro Agrícola Comunal de tu región y así poder asegurar los cultivos de papa, maíz, haba, trigo, quinua, cebada, Frejol, avena y alfalfa ante eventos climáticos adversos.</p> <p>Acércate a la alcaldía de tu comunidad y busca al técnico del INSA, quien te brindará la información necesaria.</p> <p>O llama al 72083022...toma nota...72083022.</p>	20 segundos
CONTROL	Entra canción grupo Sabia Nueva, tema Cóndor Vuelve p.p. y desvanece	2 segundos

LOCUTOR	Porque el Instituto del Seguro Agrario INSA, se preocupa del pequeño productor agrícola, con un seguro a la producción en cada campaña agrícola ¡¡¡debes actualizar la información acerca de los planes de siembra que tengas!!!	5 segundos
CONTROL	Entra canción grupo Savia Nueva tema Cóndor Vuelve p. p. desvanece	3 segundos

7.6. Mini medios

Son instrumentos indispensables como apoyo a la comunicación interpersonal o directa, utilizado en grupos específicos. En ese sentido se tomará en cuenta los volantes con el objetivo de motivar a una acción, con una información breve y concisa.

7.6.1. Objetivo general del volante

Motivar al agricultor para asegurar su producción agropecuaria por intermedio de una transferencia de riesgo en el INSA ante eventos climáticos adversos, a través de un volante institucional.

7.6.2. Línea discursiva del volante

Se sugiere manejar información con un lenguaje coloquial, con frases atractivas precisas, de acuerdo al contexto cultural actual. Que será entregado de forma directa al productor agrícola.

7.6.3. Diseño del volante

El volante tendrá la medida de ½ carta, en papel couche de 120 grs. Impresión full color se denotará el logotipo del Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras, INSA, Viceministerio de Desarrollo Agropecuario, seguida de una frase: “El Seguro Agrario es Tuyo”, el cual tendrá un fondo beige, con letras negras. Texto informativo acerca de la Institución y los beneficios que otorga a la producción agrícola.

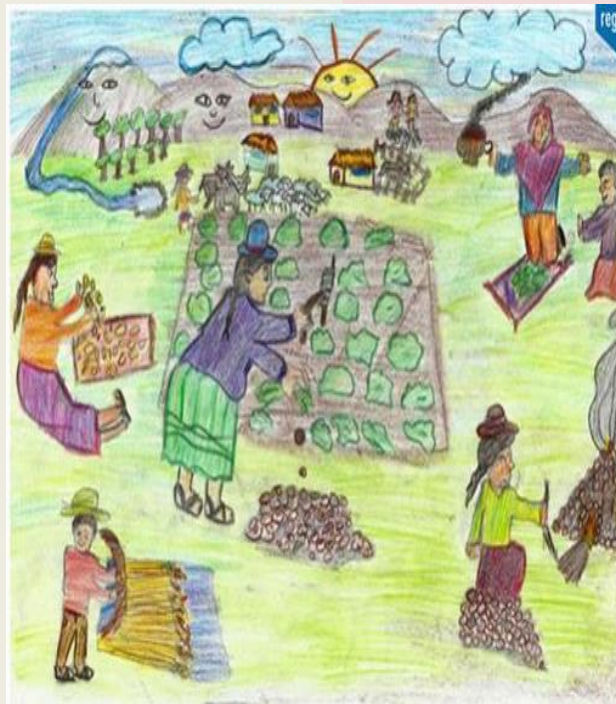
Cuadro N° 16

VOLANTE

¡¡¡EL SEGURO AGRARIO ES TUYO!!!

**en caso de
pérdida de
producción,** dar
a conocer a
representantes del INSA
o a alguna autoridad de
la comunidad

**Para más
información**
llama...al 72083022



EL SEGURO AGRARIO (INSA), protege la producción de papa, trigo, maíz, cebada, avena, quinua, haba y frejol, frente a eventos climáticos adversos como ser: granizada, helada, sequía e inundaciones

Que hacer?

al inicio de cada campaña agrícola, informar sobre los planes de siembra en el registro agrícola comunal (en tu municipio)

Para la inscripción,

denuncia de siniestro, o cobro de indemnización, presentar el carnet de identidad del productor afectado



FUENTE: Elaboración propia.

CAPITULO VIII

8. CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

8.1. Consideraciones

Después de terminada la propuesta comunicativa se expone las siguientes consideraciones:

Cinco años son los que ha venido trabajando el INSA, a pesar de contar con un departamento de comunicación; todavía el trabajo de esta unidad es precaria porque no promovió propuestas de comunicación, por esta razón aún no logró el posicionamiento y apropiación del mismo, por ejemplo en el municipio de Achocalla del departamento de La Paz, quienes en su mayoría desconocían la existencia de la institución, peor aún, nunca recibieron una indemnización económica por las pérdidas ocasionadas el año 2012 por la presencia de la sequía, una referencia muy importante para la Institución, quienes deben tomar en cuenta.

Por tal motivo, se justifica el desarrollo de la Producción Audiovisual para que el productor agrícola conozca al INSA quien tendrá un conocimiento exacto de cuándo, cómo y dónde recurrir en caso de pérdidas de cultivos por la presencia de eventos climáticos adversos; con el fin de contribuir a la seguridad alimentaria, manteniendo las capacidades productivas de cada comunidad.

Una vez terminado el producto audiovisual se lo difundió en uno de los paralelos de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA, contó con 54 alumnos a cargo del Licenciado Gonzalo Leonardini Marín, después de ver el material se hizo el testeó entregándoles una hoja de medición de impacto, el cual tuvo una respuesta excelente, porque en la primera y segunda pregunta realizada sobre ¿Qué es el INSA? y ¿Cuáles son los servicios que otorga? respondieron correctamente. Entonces se convierte en un logro para la investigación y por supuesto para la Institución, tuvo esa aceptación en los estudiantes, jóvenes que no practican la agricultura, sin embargo tienen un familiar o amistades que si lo hacen.

Posteriormente, la Producción Audiovisual por decisión institucional y previa solicitud a la Dirección de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social se encuentra en la página Web de la institución, también es parte del material de trabajo de las brigadas de socialización durante el inicio de la campaña agrícola 2016 – 2017, que comenzó en el mes de Noviembre con una duración de tres meses y posteriormente será difundido en el canal 7 Bolivia TV a través del Programa Bolivia Agropecuaria en conmemoración a los seis primeros años de vida de la Institución.

Por último, la producción del material comunicacional permitió a los productores agrícolas que se identifiquen con el INSA al conocer el alcance de la Institución. Por ejemplo, la difusión en los municipios del departamento de La Paz, permite hacer la apreciación que los más interesados son los alcaldes y autoridades de las diferentes comunidades.

8.2. Recomendaciones

Seguidamente se da a conocer las siguientes recomendaciones:

1. Ampliar el tiempo de difusión del material audiovisual, para obtener mejores resultados.
2. Seguir con el desarrollo de la estrategia comunicacional, con la difusión de la cuña radial y el uso de los mini medios para un mejor entendimiento de los productores agrícolas en el tema del Seguro Agrario.
3. La institución debe plantear más adelante políticas y estrategias comunicacionales para informar a aquellos productores agrícolas que están situados en lugares muy alejados, a quienes les gustaría conocer el trabajo que realiza el INSA y posteriormente formar parte del seguro agrario, porque en su mayoría la agricultura es su fuente de subsistencia.
4. En lo que se refiere a la carrera de Ciencias de la Comunicación Social, precisar mejor el documento de Trabajo Dirigido como una modalidad de titulación en el ámbito de géneros periodísticos; en la biblioteca no hay material que sirva como base para la elaboración de producciones audiovisuales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Vicepresidencia de la República (2008). Constitución Política del Estado, La Paz-Bolivia.
- Asamblea Legislativa (2011). Ley 144 Revolución Productiva Comunitaria y Agropecuaria.
- Asamblea Legislativa Plurinacional (2011). Ley de la Revolución Productiva Comunitaria Agropecuaria, La Paz-Bolivia.
- Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras MDRyT (2014) Estadísticas 2014, La Paz-Bolivia.
- Murillo, E. (2015) Avance de la Transferencia del riesgo de la agricultura Familiar en Bolivia.
- Murillo, E. (2012) Innovación Agropecuaria y Forestal.
- Matías, G. (2015) Hay seguridad alimentaria pero no soberanía alimentaria. El Diario, La Paz-Bolivia.
- Quiroga, A. (2015) Cambios climáticos se adelantan y perjudican la producción en el altiplano. Página Siete, La Paz-Bolivia.
- INSA (2015) Datos del Seguro Agrario para la Agricultura Familiar, La Paz-Bolivia.
- Beltrán, R. (2005). La Comunicación para el Desarrollo, La Paz-Bolivia.
- López, V. (2003). Estrategia de Comunicación para el Trabajo Comunitario, La Habana.
- Chilon, E. (2009) Tecnologías Ancestrales y Reducción de Riesgos del Cambio Climático. La Paz-Bolivia.
- Choque, M. (2015). Cambio Climático afecta a 250 de 339 municipios, La Razón, La Paz-Bolivia.
- Torrico, E. (2010) Comunicación de las Matrices a los enfoques, Ecuador.
- Villavicencio, S. (2010). Trabajo Dirigido, una llave para la graduación, La Paz-Bolivia.

- Torrico, E. (1993). Periodismo: Apuntes teórico Técnicos, La Paz-Bolivia.
- Muriel, M. (1980). Comunicación Institucional: Enfoque de Relaciones Humanas, Ecuador.
- Ferrés, J. (1997) Video y Educación, Barcelona.
- Benítez, J. (1984). Técnica Periodística, Publicado por la Organización Internacional de Periodistas.
- Beltrán, R. (2011). Comunicación para la Salud del Pueblo. La Paz-Bolivia.
- Gonzales, J. (1994). Televisión y Comunicación, un Enfoque Teórico Práctico, México.
- Miguell, S. (1987) Estrategias de Posicionamiento: Enfoque de Marketing, México.

WEBGRAFÍA

- Lenguaje y Comunicación. (2012). Disponible en:
<http://www.lenguajeyulieth.blogspot.com>
- Biblioteca Virtual. (2013). Disponible en: <http://bibliotecaluisangelarango.com>
- Definiciones. (2008) Disponible en: <http://www.copirigthdefinición.d.com>
- Balboa, R. Qué es un reportaje y sus tipos, disponible en:
<http://rossybalboa.wordpress.com>
- Trabajos 13. Disponible en: <http://www.Monografías.com>
- Posicionamiento.com Disponible en: <http://www.deimon.com.ar/pdf>

ANEXOS

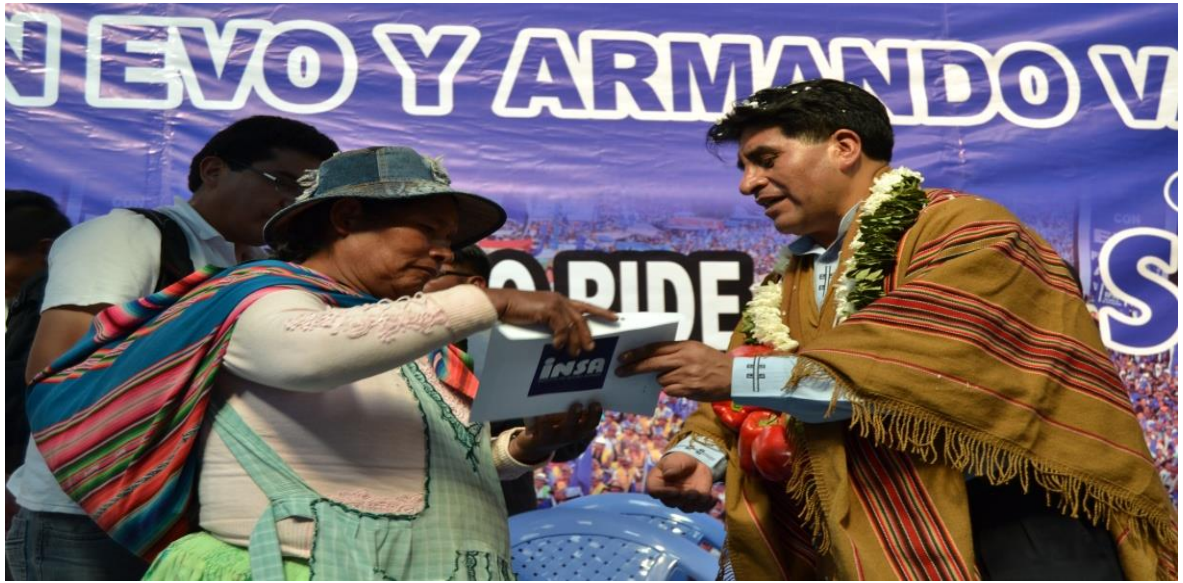


Figura N° 1 Pago de indemnización por el ministro de Desarrollo Rural y Tierras en el municipio de Batallas.
Plano medio, ángulo medio o natural



Figura N° 2 Reunión de la comunidad de Viacha para el cobro de indemnización.
Plano conjunto, ángulo normal



Figura N° 3 Peritaje de las brigadas del Instituto del Seguro Agrario INSA en el municipio de Mizque.

Plano entero, ángulo normal



Figura N° 4 Ing. Erik Murillo, Director de la Institución, hace verificación de daños por el evento climático de la sequía en el municipio de Laja.

Plano americano, ángulo medio o natural



Figura N° 5 Producción de papa siniestrada por el evento climático de la helada, en el municipio de Achocalla.
Plano detalle, ángulo medio o natural



Figura N° 6 Producción de papa afectada por el evento climático de la helada en el municipio de Pucarani.
Plano conjunto, ángulo medio o natural



Figura N° 7 Lic. Cesar Junaro, Director del grupo folklórico Savia Nueva, otorgando un permiso para la utilización de dos temas como fondo en el Reportaje Televisivo.
Plano medio, ángulo picado



Plano N° 8 Visita al municipio de Batallas del Departamento de La Paz, junto a la Institución.
Plano americano, ángulo medio



Figura N° 9 Entrevista al Director de la Dirección de Seguros y Subsidios del Instituto del Seguro Agrario (INSA)
Plano conjunto, ángulo normal



Figura N° 10 Entrevista a un productor agrícola del municipio de Viacha.
Plano medio, ángulo normal



Figura N° 11 Directores del Instituto del Seguro Agrario INSA.
Plano conjunto, ángulo medio o normal